

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS



**TRABAJO DE GRADO**

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE A LARGO  
PLAZO EN EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE

**PARA OPTAR AL GRADO DE**  
LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PRESENTADO POR**  
GLENDA YAMILET MÉNDEZ FLORES  
DAVID EDENILSON RUIZ REYES

**DOCENTE ASESOR**  
LICENCIADO ORLANDO PERAZA

**NOVIEMBRE, 2019**  
SANTA ANA, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
AUTORIDADES



M.Sc. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO  
RECTOR

DR. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ  
VICERRECTOR ACADÉMICO

ING. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA  
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL  
SECRETARIO GENERAL

LICDO. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE  
DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

LICDO. RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARÍN  
FISCAL GENERAL

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE  
AUTORIDADES



M.Ed ROBERTO CARLOS SIGÜENZA CAMPOS  
DECANO

M.Ed RINA CLARIBEL BOLAÑOS DE ZOMETA  
VICEDECANA

LICDO. JAIME ERNESTO SERMEÑO DE LA PEÑA  
SECRETARIO

M.Ed. WALDEMAR SANDOVAL  
JEFE DE DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A DIOS**

Por protegerme y guiarme por el buen camino, por ser quien me acompaño cada día y me dio la fuerza para superar los obstáculos y dificultades que se me presentan.

### **A MIS PADRES**

Por su apoyo incondicional, sus consejos y la confianza que me demuestran.

### **A MIS HERMANOS**

Por confiar en mí y compartir de sus alegrías y tristezas, por demostrarte su apoyo e impulsarme a seguir adelante.

### **A MIS AMIGOS(AS) Y COMPAÑEROS(AS)**

Por hacer de esta una verdadera experiencia, por ayudarme a lo largo de la carrera y por dejarme contar con ellos en las buenas y en las malas, especialmente a Marisol Orellana por todo lo que compartimos a lo largo de la carrera

### **A MI ASESOR**

Lic. Orlando Peraza, por su valiosa guía en la realización del trabajo de grado, por su paciencia y disposición de asesorarnos.

**Gracias** a todas las personas que me apoyaron durante la realización de este proyecto.

Glenda Yamilet Méndez Flores

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A DIOS**

Por tener misericordia de mi vida y por permitirme la oportunidad de llegar hasta donde he llegado, por su infinito amor y porque siempre respondió a mis oraciones cuando más lo necesite.

### **A MI MADRE**

Berta Alicia Reyes Fuentes, por todo el apoyo que me brindo durante la carrera, por su amor incondicional por su comprensión, gracias por creer y confiar que lo lograría.

### **A MI PADRE**

Josué David Ruiz, por su sacrificio y su ayuda incondicional, por sus consejos y su forma peculiar de demostrarme que está orgulloso de mí, por todo el apoyo moral y por confiar que lo lograría.

### **A MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS**

Carlos Calderón y Alejandro Salguero por acompañarme en toda la carrera, por luchar a mi lado en momentos difíciles, y por todos esos momentos que compartimos en la carrera.

### **A EL ISTU**

Instituto Salvadoreño de Turismo por permitirme trabajar como guía local en el Parque Cerro Verde de manera eventual y así apoyarme en todos los gastos durante la carrera.

### **AL LICENCIADO**

Orlando Peraza, Por ser nuestro asesor y brindarnos toda clase de ayuda y asesoría en nuestro trabajo de graduación, gracias por tanta paciencia y por compartir sus conocimientos para desarrollar todo de la mejor manera.

David Edenilson Ruiz Reyes

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	xi
<b>CAPÍTULO I: ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DEL TURISMO.....</b>	<b>14</b>
<b>A. ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DEL TURISMO A NIVEL INTERNACIONAL Y REGIONAL.....</b>	<b>15</b>
<b>1.1 ANTECEDENTES DEL TURISMO:.....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.1 TURISMO EN LA EDAD ANTIGUA.....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.2 TURISMO EN LA EDAD MEDIA.....</b>	<b>20</b>
<b>1.1.3 TURISMO EN LA EDAD MODERNA.....</b>	<b>21</b>
<b>1.1.4 TURISMO EN LA EDAD CONTEMPORÁNEA.....</b>	<b>23</b>
<b>1.2 EL TURISMO INTERNACIONAL.....</b>	<b>27</b>
<b>1.2.1 PAISES MAS VISITADOS.....</b>	<b>27</b>
<b>1.2.2 IMPACTOS TURÍSTICOS.....</b>	<b>28</b>
<b>1.2.2.1 IMPACTO ECONÓMICO.....</b>	<b>28</b>
<b>1.2.2.2 IMPACTOS SOCIALES.....</b>	<b>29</b>
<b>1.2.2.3 IMPACTO AMBIENTAL.....</b>	<b>29</b>
<b>1.2.3 ORGANIZACIONES RELACIONADAS CON EL DESARROLLO TURÍSTICO.....</b>	<b>30</b>
<b>B.ASPECTOS GENERALES SOBRE EL TURISMO EN EL SALVADOR.....</b>	<b>31</b>
<b>1.3 HISTORIA DEL TURISMO EN EL SALVADOR.....</b>	<b>31</b>
<b>1.4 INSTITUCIONES QUE APOYARON Y APOYAN EL TURISMO EN EL SALVADOR.....</b>	<b>31</b>
<b>1.4.1 JUNTA DE FOMENTO AL TURISMO 1924.....</b>	<b>31</b>
<b>1.4.2 JUNTA NACIONAL DEL TURISMO 1930.....</b>	<b>32</b>
<b>1.4.3 JUNTA DE PROGRESO Y TURISMO 1945.....</b>	<b>32</b>
<b>1.4.4 LEY DE FOMENTO A LA INDUSTRIA HOTELERA 1953.....</b>	<b>34</b>
<b>1.4.5 ISTU (INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO) 1961.....</b>	<b>34</b>
<b>1.4.6 CORSATUR (CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO) 1996.....</b>	<b>34</b>

1.4.7	MITUR (MINISTERIO DE TURISMO) 2004.....	35
1.5	LEYES DE APOYO TURÍSTICO EN EL SALVADOR. ....	35
C.	MARCO LEGAL.....	35
1.5.1	LEY DE TURISMO DE EL SALVADOR.....	35
1.5.2	REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DE TURISMO DE EL SALVADOR. ....	37
1.5.3	REGISTRO NACIONAL DE TURISMO. ....	39
D.	ASPECTOS GENERALES DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE.....	40
1.6	INFORMACIÓN GENERAL SOBRE EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE.	40
1.7	HISTORIA:.....	40
1.8	ADMINISTRACIÓN. ....	41
1.8.1	INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO. ....	41
1.9	SERVICIOS QUE OFRECE EL PARQUE CERRO VERDE. ....	41
1.9.1	SERVICIO DE GUÍAS TURÍSTICOS.....	41
1.9.2	CABAÑAS CERRO VERDE.....	42
1.9.3	RESTAURANTE Y CAFETERÍA GOURMET.....	42
1.9.4	JUEGOS RECREATIVOS PARA NIÑOS. ....	42
1.9.5	ALQUILER DE HAMACAS Y PARRILLAS TIPO BARBACOA. ....	42
1.10	FESTIVALES QUE SE REALIZAN.....	43
1.10.1	FESTIVAL DEL JOCOTE DE CORONA. ....	43
1.10.2	FESTIVAL DEL CAFÉ. ....	43
<b>CAPÍTULO II: ASPECTOS TEÓRICOS Y TÉCNICOS SOBRE EL TURISMO Y SOBRE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA ORIENTADA AL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE.....</b>		
2.1	DEFINICIONES DE TURISMO .....	45
2.1.1	FORMAS DE TURISMO.....	45
2.2	CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO. ....	46
2.3	CLASIFICACIÓN DEL TURISMO .....	46
2.3.1	TURISMO DEPORTIVO.....	47
2.3.2	TURISMO NATURALISTA. ....	48

2.3.3 TURISMO DE NEGOCIOS. ....	49
2.3.4 TURISMO CULTURAL.....	49
2.3.5 TURISMO DE SALUD. ....	49
2.4 DEFINICIÓN DE TURISTA. ....	50
2.4.1 DIFERENCIA ENTRE TURISTA, VISITANTE, EXCURSIONISTA Y VIAJEROS .....	50
2.5 DEFINICIÓN DE PLAN Y ESTRATEGIA. ....	52
2.5.1 ¿QUÉ ES UN PLAN? .....	52
2.5.2 ¿QUÉ ES UN PLAN ESTRATÉGICO? .....	52
2.6 IMPORTANCIA DE UN PLAN ESTRATÉGICO. ....	53
2.7 OBJETIVOS DE UN PLAN ESTRATÉGICO.....	53
2.8 PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA. ....	54
2.8.1 VISIÓN MISIÓN Y OBJETIVOS. ....	54
2.8.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO. ....	55
2.8.3 ANALIZANDO LA EMPRESA. ....	56
2.8.4 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y DE LOS COMPETIDORES.....	57
2.8.5. ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA.....	58
2.8.6 GENERANDO ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS. ....	59
2.8.7 ANÁLISIS DE MERCADO Y ESTRATEGIA.....	60
2.8.8 EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS.....	60
2.8.9 CUESTIONES DE FINANCIAMIENTO. ....	61
2.8.10 ANÁLISIS DE RIESGO. ....	62
2.8.11 IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATÉGICO.....	63
2.9 VENTAJAS DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA. ....	63
2.10 DESARROLLO SOSTENIBLE.....	64
2.10.1 CONCEPTO DE DESARROLLO SOSTENIBLE.....	64
2.10.2 CARACTERÍSTICAS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE. ....	64
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA Y ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE.....</b>	<b>65</b>
<b>3.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>66</b>

<b>3.1.1 IMPORTANCIA:</b> .....	<b>66</b>
<b>3.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.</b> .....	<b>66</b>
<b>3.2.1 OBJETIVO GENERAL.</b> .....	<b>66</b>
<b>3.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.</b> .....	<b>66</b>
<b>3.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:</b> .....	<b>67</b>
<b>3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>67</b>
<b>3.4.1 INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.</b> .....	<b>67</b>
<b>3.4.2 INVESTIGACIÓN DE CAMPO.</b> .....	<b>67</b>
<b>3.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.</b> .....	<b>67</b>
<b>3.5.1 OBSERVACIÓN DIRECTA.</b> .....	<b>67</b>
<b>3.5.2 GUÍA DE OBSERVACIÓN.</b> .....	<b>67</b>
<b>3.5.3 CUESTIONARIO.</b> .....	<b>68</b>
<b>3.5.4 ENCUESTA.</b> .....	<b>68</b>
<b>3.6 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA.</b> .....	<b>68</b>
<b>3.7 ANÁLISIS DE DATOS (ver anexo 1)</b> .....	<b>70</b>
<b>3.7.1 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS (Ver anexo 2)</b> .....	<b>70</b>
<b>3.8 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.</b> .....	<b>72</b>
<b>3.9 SITUACIÓN ACTUAL DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE.</b> .....	<b>73</b>
<b>3.9.1 PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL PARQUE CERRO VERDE.</b> .....	<b>73</b>
<b>3.9.2 CAMINATAS Y RECORRIDOS.</b> .....	<b>74</b>
<b>3.9.3 RESTAURANTE Y GASTRONOMÍA:</b> .....	<b>76</b>
<b>3.9.4 VENTA DE ARTESANÍAS:</b> .....	<b>76</b>
<b>3.9.5 CABAÑAS Y CAMPING:</b> .....	<b>77</b>
<b>3.9.6 OTROS:</b> .....	<b>77</b>
<b>3.10 COMPETENCIA DIRECTA DEL PARQUE CERRO VERDE.</b> .....	<b>77</b>
<b>3.10.1 CENTRO RECREATIVO CASA DE CRISTAL.</b> .....	<b>77</b>
<b>3.10.2 CABAÑAS CAMPO BELLO.</b> .....	<b>78</b>
<b>3.10.3 BOSQUES DEL TIBET.</b> .....	<b>78</b>

<b>CAPÍTULO IV: FORMULACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO ORIENTADO AL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE A LARGO PLAZO DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE.....</b>	<b>80</b>
<b>4.1 ELABORACIÓN GENERAL DEL PLAN ESTRATÉGICO.....</b>	<b>81</b>
<b>4.1.1 RESUMEN EJECUTIVO. ....</b>	<b>82</b>
<b>4.1.2 MARCO ESTRATÉGICO PARA EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE. ....</b>	<b>83</b>
<b>4.2 ANÁLISIS PEST (ver anexo 3) .....</b>	<b>84</b>
<b>4.3 ANÁLISIS VRIO (ver anexo 4).....</b>	<b>84</b>
<b>4.4 ANÁLISIS FODA .....</b>	<b>85</b>
<b>4.5 ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS.....</b>	<b>87</b>
<b>4.6 ACCIONES ESTRATÉGICAS.....</b>	<b>88</b>
<b>4.6.1 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN TURÍSTICA. ....</b>	<b>88</b>
<b>4.6.2 INNOVACIÓN EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.....</b>	<b>99</b>
<b>4.6.2.1 PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS POTENCIALES.....</b>	<b>99</b>
<b>4.6.2.2 PRESUPUESTO GENERAL.....</b>	<b>104</b>
<b>4.6.3 CREACIÓN DE UN COMITÉ PARA LA GESTIÓN ESTRATÉGICA.....</b>	<b>106</b>
<b>4.6.3.1 DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA DEL COMITÉ....</b>	<b>106</b>
<b>4.6.3.2 PROCESO DE ELECCIÓN DE LOS MIEMBROS DEL COMITÉ.....</b>	<b>107</b>
<b>4.6.3.3 PERFIL DEL PRESIDENTE Y VICEPRESIDENTE DEL COMITÉ. ....</b>	<b>107</b>
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>109</b>
<b>5.1 CONCLUSIONES .....</b>	<b>110</b>
<b>5.2 RECOMENDACIONES. ....</b>	<b>112</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>113</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>115</b>
<b>ANEXO 1 CUESTIONARIO. ....</b>	<b>116</b>
<b>ANEXO 2 TABULACIÓN Y GRÁFICAS.....</b>	<b>118</b>
<b>ANEXO 3 ANÁLISIS PEST .....</b>	<b>121</b>
<b>ANEXO 4 ANÁLISIS VRIO .....</b>	<b>123</b>
<b>ANEXO 5 PUBLICIDAD POR PLATAFORMA DE REDES SOCIALES .....</b>	<b>124</b>

## **INTRODUCCIÓN**

En la actualidad el turismo ha crecido exponencialmente convirtiéndose en una actividad económica fundamental en cualquier país, es por ello que es de suma importancia incentivar el desarrollo turístico y generar productos y servicios de turismo que beneficien a este país.

Para generar un desarrollo turístico sostenible y para el desarrollo económico y social de las comunidades cercanas al Parque Natural Cerró Verde, debe de existir un equilibrio entre los diferentes sectores de actividad económica que participan en este parque, como lo son; la elaboración y venta de artesanías, los servicios de guías locales, comedores y ventas comerciales, etcétera.

El turismo beneficia de muchas maneras en los países y el desarrollo turístico ayuda a la creación de empleos, al desarrollo de las comunidades, en este caso, es un Parque Natural ayuda a la conservación de recursos naturales, así como también a incentivar a nuevos empresarios y emprendedores a poner sus locales donde puedan ofrecer algún tipo de producto o servicio turístico.

Este documento contiene cinco capítulos los cuales están descritos a continuación:

### **CAPÍTULO I**

#### **ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DEL TURISMO.**

Este capítulo contiene la descripción de los antecedentes del turismo a nivel general (nacional e internacional), su evolución incluyéndose desde la edad antigua hasta su situación actual, Así como los tipos de impacto que éste provoca ya sea: económico, ambiental, social o sociocultural.

También se incluye tanto las instituciones que apoyan al turismo como las leyes que fomentan promueven y regulan la agencia de turismo en El Salvador. Además de los diferentes lugares turísticos más conocidos El Salvador y particularmente los componentes generales e historia del Parque Natural Cerro Verde situado en el departamento de Santa Ana.

## **CAPÍTULO II**

### **ASPECTOS TEÓRICOS Y TÉCNICOS SOBRE EL TURISMO Y SOBRE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA ORIENTADA AL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE EN LOS PRÓXIMOS AÑOS.**

Este capítulo contiene el conjunto de definiciones sobre las que se divide las clases turismo, las cuales son necesarias de conocer para apreciar cuales son los productos o servicios de los que forman parte de la experiencia del turista, según su elección de entre las cuales podemos mencionar: el turismo cultural, deportivo, de naturaleza, etcétera. para cual se sabe que no todos son turistas, sino que también se debe diferenciar entre visitantes, excursionistas o viajeros.

Para hacer de ésta una experiencia más interesante resulta necesario conocer más acerca de los planes y estrategias que se puedan fomentar en los centros turísticos a fin de generar un mejor desarrollo, es por ello que contiene definiciones tanto de planes, estrategias, ventajas de aplicar planes estratégicos, además concepto de desarrollo sostenible y sus características propias.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA Y ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE.**

El estudio de la situación actual se hace precisamente indispensable para proponer una solución de acuerdo a la investigación que se realiza, es por ello que este capítulo aborda todo lo necesario respecto a esa información, con el propósito de llevar a cabo un plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible para el parque Natural.

## **CAPÍTULO IV**

### **FORMULACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO ORIENTADO AL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE.**

En este capítulo se llevó a cabo la formulación del plan estratégico a partir de la información recolectada y el respectivo análisis de datos de la situación actual del Parque Natural, con el objetivo principal de generar un desarrollo turístico sostenible por medio de diversas estrategias

como la publicidad y promoción turística, innovación de los servicios turísticos actuales, etcétera.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**



# **CAPÍTULO**

## **I**

# **ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DEL TURISMO.**

## A. ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DEL TURISMO A NIVEL INTERNACIONAL Y REGIONAL.

### 1.1 ANTECEDENTES DEL TURISMO:

#### 1.1.1 TURISMO EN LA EDAD ANTIGUA<sup>1</sup>

##### ✚ Neolítico (7000 A.C. – 4000 A.C.)

Ésta época de la historia se caracterizó por el desplazamiento de personas en búsqueda de alimentos y de aquellos lugares que pudieran brindarles las condiciones necesarias para sobrevivir en un mundo hostil.



Los pobladores del basaron su economía en la domesticación de animales y plantas, sin embargo, la falta de textiles, metales, alcohol e inclusive alimentos los llevó a la búsqueda de sociedades cercanas con las cuales comerciar sus productos. Es así como nace el comercio, y es así también el nacimiento de los “viajes de negocios”.

##### ✚ Mesopotamia (3500 A.C. – 650 A.C.)

Las primeras ciudades surgieron con los asirios, en la zona geográfica ubicada entre los ríos Éufrates y Tigris, en la actual Iraq. Ya en éstas nacientes sociedades existían clases sociales: los grandes sacerdotes, artesanos y mercaderes, arrendatarios de tierras y esclavos. La simple existencia de esclavos señala que existía una clase social



<sup>1</sup> <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-nacional-del-nordeste/introduccion-al-turismo/resumenes/turismo-en-la-edad-antigua>

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



que no necesitaba trabajar y que tenía tiempo libre o de ocio. A los sumerios les debemos la existencia de la rueda, del arado, del barco de vela y de la invención del dinero. Sin embargo, su mayor aporte a los viajes fue la construcción de carreteras, que estaban pavimentadas con piedra y arcilla, y que conectaban las principales ciudades del pequeño imperio. Además, éstas eran el eje central de su economía, ya que ésta sociedad necesitaba comerciar con otras ciudades para el intercambio de productos.

Si bien es cierto los principales viajes que se realizaron fueron con fines comerciales, tampoco faltaron aquellos por placer. El rey de Babilonia, Hammurabi, realizaba viajes para visitar las ciudades de su imperio, y para asistir a importantes ceremonias religiosas y fiestas. He aquí el nacimiento del turismo religioso. En esos tiempos la hospitalidad era una expresión de humanidad.

### ✚ Egipto (3000 A.C. – 332 A.C.)

Los primeros viajes que pueden ser comparables al turismo tuvieron lugar en Egipto, meca de los viajeros y comerciantes de aquella época que se desplazaban con la finalidad de presentarse al faraón o a observar las monumentales pirámides de ese reino u otras maravillas de la construcción egipcia. Muchos de estos monumentos



llevaban más de mil años en ese lugar y constituían un fuerte atractivo para la gente poderosa de aquél entonces. Además, quedaron diferentes rutas establecidas por los comerciantes, como la Ruta del Nilo y la Ruta del Mar Rojo.

El primer viaje que quedó registrado en la historia fue el organizado por la reina HATSHEPSET, la cual fue la sucesora de su esposo, el faraón Tutmosis II. Hacia el 1500 A.C. la reina realizó una magnífica construcción de un templo-sepultura en Tebas: el Deir-al-Bahari.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



Es aquí donde quedaron registrados los viajes que la reina Hatshepset realizó a la región de Punt (actual Somalia o Yemen) en búsqueda del árbol del incienso.

A partir del siglo VII A.C. Egipto pasó a manos de los asirios, babilonios, y finalmente griegos. Es en ésta época cuando el faraón Neco realizó una de las más grandes proezas: circunnavegar África en tres años, demostrando así que todo el continente estaba rodeado por agua, salvo un corto trecho.

Fueron necesarios dos milenios para que el hombre occidental repitiera tal hazaña, cuando Juan II, rey de Portugal, permitió la salida de barcos bien armados para dicha expedición.

La Edad Antigua abarca el período transcurrido entre el nacimiento de las primeras civilizaciones hasta el año 476 D.C. con la caída del Imperio Romano de Occidente.

### **Grecia**

En la Grecia Antigua se daba mucha importancia al ocio, tanto así que su tiempo libre lo dedicaban a la cultura, a la religión y a los deportes. Prueba de ello era el gran desplazamiento de personas que se producía debido a la realización de los JUEGOS OLÍMPICOS (celebrados en la ciudad de Olimpia cada 4 años) y a las peregrinaciones religiosas a los santuarios de Dódona y Delfos (llamado Apolo Pitio). Éste último era el templo más célebre de su cultura. Los griegos introdujeron importantes modificaciones en la vida cotidiana que favorecieron los viajes por el respeto con que se trataba a los viajeros.



En Grecia, cuando la persona no estaba protegida por las leyes, la hospitalidad era un deber fundamental y sagrado. Los extranjeros llegados para las fiestas religiosas o los miembros de una colonia que mantenía lazos con la metrópoli que la habían fundado eran albergados con una

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



alegría espontánea. Luego, a medida que el derecho público se perfeccionó, la hospitalidad entró en las leyes de las ciudades griegas. Un huésped invitado tenía siempre el privilegio de extender la invitación a otro, aunque éste no fuera más que conocido suyo.

Cuando los viajes se hicieron más seguidos, en los caminos comenzaron a establecerse algunos albergues que daban alimento y abrigo a los viajeros. En ocasiones se construía junto a algunos templos principales, un “pandokeimon”, albergue destinado a los peregrinos que se alojaban allí gratuitamente. Entre los grandes viajes que se realizaron de forma individual se cuentan los de los geógrafos e historiadores Hecateo de Mileto y Heródoto de Halicarnaso, quienes fueron los grandes viajeros de la antigüedad.

### ✚ Roma

El pueblo romano fue el primero en realizar lo que hoy en día entendemos por turismo, es decir, un viaje (en la mayoría de los casos por placer) que incluye un desplazamiento pernoctando mínimo una noche y con menos de un año de duración a un lugar de destino, realizado, por supuesto, en tiempo libre y/o de ocio.



Disponían de muchísimo tiempo libre, llegando a tener 200 días festivos al año (en el 345 d. C), aunque casi siempre este turismo lo practicaban los nobles., los cuales viajaban para ver los templos del Mediterráneo, las pirámides y monumentos de Egipto, asistir a las Olimpiadas de Grecia y los mercados de Asia Menor. En muchos casos contrataban guías locales y solían comprar papiros que explicaban cierta área y sus posibilidades de entrenamiento. También adquirían souvenirs y tenían tendencia a grabar su nombre en las piedras de los monumentos que visitaban, como una especie de grafiti “a la romana”.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



Los viajes se realizaban básicamente por tres razones: por placer, por negocios o por salud. El turismo religioso y las peregrinaciones a los templos pasaron a formar parte de cualquier itinerario mínimamente culto, y dejaron de ser lugares de rezo para convertirse en monumentos dignos de visitar. Durante el reinado del emperador Caracalla se construyeron las famosas termas de Caracalla, unos baños públicos que contaban con salas de vapor (saunas), piscinas, salas de gimnasia, de reposo, de masaje, e incluso bibliotecas y jardines. A lo largo de todo el imperio se fueron construyendo otros complejos termales.

A los romanos también les gustaba la idea de pasar unos días de tranquilidad alejados de la ciudad y solían desplazarse a la costa de Campania, por la zona de Baias. Pasaban mucho tiempo disfrutando del buen clima, del agua medicinal de la playa y de sus aguas termales. En el golfo de Nápoles crearon residencias aptas para pasar unas vacaciones. Se crearon otras infraestructuras necesarias para el desarrollo del turismo, tales como posadas, restaurantes, barcos de pasajeros, pues la demanda de viajes aumentó, sobre todo durante la Paz Romana. Era común entre los nobles la tendencia al agro-residencialismo, es decir, a adquirir casas de campo y convertirlas en su segunda residencia.

Durante la época del imperio se construyeron numerosos circos e hipódromos con el propósito de entretener a los ciudadanos. Cada vez fueron más comunes los combates de gladiadores, los espectáculos donde intervenían leones y las carreras de cuadrigas. Era la táctica del “pan y circo” ideada por los emperadores romanos para mantener a la plebe interesada por los juegos y la comida, y no por los asuntos de estado.

### 1.1.2 TURISMO EN LA EDAD MEDIA<sup>2</sup>

El imperio Romano, en virtud de su extensión, se dividió en dos grandes territorios: el de Occidente que tenía a Roma como su capital y el de Oriente, cuya capital fue Constantinopla (actual Estambul). Con las invasiones bárbaras (476 d.C) cae el Imperio Romano de Occidente y con ello se inicia una nueva



etapa en la historia de la humanidad; conocida como la Edad Media, que culmina con la caída del imperio Romano de Oriente (1453 d.C).

Con el comienzo de la Edad Media el turismo sufre un retroceso debido al periodo de confusión y desorden que vivió Europa por la caída del Imperio Romano en el 476. El continente se vio completamente envuelto en una serie de guerras que iban a marcar una distribución del mapa, además se produjo una distribución espacial de la población.

En el Medioevo, la Iglesia tuvo un papel trascendente en todos los aspectos de la vida cotidiana; su acción trascendió lo espiritual para abarcar también lo social, lo cultural y aun los asuntos públicos. Esto inspira un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica, pero tanto el cristianismo como el islam las extenderían a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían mayores.

Comenzó una apertura con el mundo árabe que provocó una nueva era de relaciones comerciales y de incorporación de avances científicos y técnicos. También se experimentaron en el continente mejoras en las comunicaciones: los caminos y las sendas comenzaron a ser

<sup>2</sup> <https://deportofinoalafijis.wordpress.com/2012/09/22/turismo-en-la-edad-media/>

recorridos por caballeros y romeros que cumplían sus votos, así como por escolares y estudiosos que se desplazaban de una a otra ciudad en busca de conocimientos o de relaciones con sabios.

Todo esto provocó un aumento del turismo durante La Baja Edad Media (Siglos XI a XV) y la creación de posadas, mesones y hostales. Sin embargo, hasta la Edad Moderna no aparecerán los primeros hoteles, que albergarán solo a grandes personalidades.

### **1.1.3 TURISMO EN LA EDAD MODERNA<sup>3</sup>**

La Edad Moderna, tercer período histórico entre los que se divide tradicionalmente la historia universal, está comprendida entre el siglo XV y el XVIII. Cronológicamente, alberga una etapa cuyo inicio puede fijarse en la caída de



Constantinopla (1453) o en el descubrimiento de América (1492), y cuyo final puede situarse en la Revolución Francesa (1789), aunque algunos entendidos marcan su fin en la década previa, tras la independencia de los Estados Unidos (1776). En esta época se destacan los valores de la modernidad (el progreso, la comunicación, la razón) frente al período anterior, la Edad Media, que es generalmente identificado como una edad aislada e intelectualmente oscura. Es en este mismo lapso de historia, cuando surge el turismo en su mayor expresión, en el que las personas viajaban con fines culturales, comerciales, medicinales y de esparcimiento.

Debido a la muerte de 1500 peregrinos en pleno viaje, a causa de una plaga de peste bubónica en Roma, comienzan a aparecer los primeros alojamientos temporales con el nombre de “hotel” (palabra francesa que designaba los palacios urbanos).

---

<sup>3</sup> <https://blog.elinsignia.com/2018/07/04/turismo-en-la-edad-moderna/>

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numeroso) se hacía imposible hospedar a todos en el palacio, por lo que se crearon estas construcciones. Ésta es, también, la época de las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses que despiertan la curiosidad y el interés por viajar.

A finales del siglo XVI surge la costumbre en las familias aristócratas de Gran Bretaña de mandar a sus jóvenes hijos a llevar a cabo un “Grand Tour” al finalizar sus estudios, con el fin de complementar su formación académica y adquirir determinadas experiencias.

El “Grand Tour” era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía por distintos países europeos, motivado por la necesidad de instrucción de estos jóvenes burgueses que en el futuro se desempeñarían como funcionarios o empresarios. Del conocimiento in situ de la grandeza de Roma, París o Viena, así como de los debates en los cafés, centros termales y otros puntos de encuentro, los viajeros deberían aprender cómo llevar las riendas de la industria, la política o los negocios. Para algunos autores, éste es el auténtico fenómeno fundacional del turismo moderno, ya que surge como un fenómeno revolucionario en paralelo al resto de transformaciones que se dan en la Ilustración.

También en esta época hay un resurgir de las termas, que habían decaído durante la Edad Media. No sólo se asiste a ellas por consejo médico, sino que también se pone de moda la diversión y el entretenimiento en los baños termales como por ejemplo en la ciudad de Bath (Inglaterra). También de esta época, data el descubrimiento de los baños de barro como remedio terapéutico y las playas a donde iban a nadar en sus aguas por prescripción médica

#### 1.1.4 TURISMO EN LA EDAD CONTEMPORÁNEA<sup>4</sup>

Es posible afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XV III y los primeros del XIX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión. El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX la mayor industria del mundo.



Con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos.

Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas y domina el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, lo que favorecerá las corrientes migratorias europeas a América. Es el gran momento del transporte marítimo y las compañías navieras.

Comienza a surgir el turismo de montaña o salud: Se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto. Es también la época de las playas frías (Costa azul, Canal de la Mancha).

---

<sup>4</sup> Acerenza, Miguel Ángel. Conceptualización, origen y evolución del turismo. Editoriales trillas. Primera Edición. México 2006.

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



En 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera Agencia de Viajes del mundo “Thomas Cook and son”.

En 1867 inventa el bono o Boucher, documento que permite la utilización en hoteles de ciertos servicios contratados y pre pagados a través de una agencia de viajes.

Henry Wells y William Fargo crearon la agencia de viajes “American Express” que inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y que posteriormente se convierte en una de las agencias más grandes del mundo. Introdujeron sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por ejemplo el travel-check (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas).

Cesar Ritz es considerado padre de la hostelería moderna. Desde muy joven ocupó todos los puestos posibles de un hotel hasta llegar a gerente de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios del hotel, creó la figura del sumiller, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones, revolucionó la administración. (Convirtió los hoteles decadentes en los mejores de Europa, por lo que le llamaban “mago”).

Al estallar la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914 se considera que había aproximadamente 150.000 turistas americanos en Europa.

Tras finalizar la guerra comenzó la fabricación en masa de autocares y automóviles. En esta época las playas y los ríos se convierten en el centro del turismo en Europa comenzando a adquirir gran importancia el turismo de costa.

El avión, utilizado por minorías en largas distancias, se va desarrollando tímidamente para acabar imponiéndose sobre las compañías navieras.

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



La crisis del 1929 repercute en el negativamente en el sector turístico limitando su desarrollo hasta bien entrado en 1932.

La Segunda Guerra Mundial paraliza absolutamente el turismo en el mundo y sus efectos se extienden hasta el año 1949.

Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental. En esta época se comienza a legislar sobre el sector.

La recuperación económica, especialmente de Alemania y Japón, fue asombrosa elevando los niveles de renta de estos países y haciendo surgir una clase media acomodada que se empieza a interesar por los viajes.

Pero la recuperación elevando el nivel de vida de sectores más importantes de la población de los países occidentales. Surge la llamada sociedad del bienestar en la que una vez cubiertas las necesidades básicas aparece el desarrollo del nivel de formación y el interés por viajar y conocer culturas. Por otra parte, la nueva legislación laboral adoptando las vacaciones pagadas, la semana inglesa de 5 días laborales, la reducción de la jornada de 40 horas semanales, la ampliación de las coberturas sociales (jubilación, desempleo, etcétera.), potencian en gran medida el desarrollo del ocio y el turismo.

También éstos son los años en los que se desarrollan los grandes núcleos urbanos y se hace evidente la masificación, surge también el deseo de evasión, escapar del estrés de las ciudades y despejar las mentes de presión.

En estos años se desarrolla la producción de autos en cadena que los hace cada vez más asequibles, así como la construcción de carreteras y autopistas, permite un mayor flujo de

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



viajeros. De hecho, la nueva carretera de los Alpes que atraviesa Suiza de Norte a Sur supuso la pérdida de la hegemonía de este país como núcleo receptor, ya que ahora los turistas cruzan Suiza para dirigirse a otros países con mejor clima.

El avión de hélice es sustituido por el de reacción, lo que supone un golpe definitivo para las compañías navieras, que se ven obligadas a destinar sus barcos a los cruceros o al desguace.

Todos estos factores nos llevan a la era de la estandarización del producto turístico. Los grandes tour operadores lanzan al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos se utiliza el vuelo chárter, que abarata el producto y lo populariza. Al principio de este período (1950) había 25 millones de turistas, y al finalizar (1973) había 190 millones.

No obstante, esta etapa también se caracteriza por la falta de experiencia, lo que implica las siguientes consecuencias como la falta de planificación (se construye sin hacer ninguna previsión ni de la demanda ni de los impactos medioambientales y sociales que se pueden sufrir con la llegada masiva de turistas) y el colonialismo turístico (hay una gran dependencia de los tour operadores extranjeros estadounidenses, británicos y alemanes fundamentalmente).

En los 70 la crisis energética y la consiguiente inflación, especialmente sentida en el transporte ocasionan un nuevo periodo de crisis para la industria turística que se extiende hasta 1978. Esta recesión supone una reducción de la calidad para abaratar costes y precios apostando por una masificación de la oferta y la demanda.

En los 80 el nivel de vida se vuelve a elevar y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. Esto es facilitado por la mejora de los transportes (nuevos y mejores aviones como el Concorde y el Túpolev, trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos charter, hasta suponer un duro competidor para las compañías regulares que se ven obligadas a crear sus propias filiales charter.

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



En estos años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hosteleras y de tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud) y aplican técnicas de marketing, pues el turista cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos, lo que crea una fuerte competencia entre ellos. La multimedia y las comunicaciones transforman el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio, la comercialización del mismo de una manera más fluida.

La década de los 90 incluye grandes acontecimientos como la caída de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana, las Guerras yugoslavas, etcétera, que inciden de forma directa en la historia del turismo.

Se trata de una etapa de madurez del sector que sigue creciendo, aunque de una manera más moderada y controlada. Se limita la capacidad receptiva (adecuación de la oferta a la demanda, se empieza a controlar la capacidad de aforo de monumentos, etcétera.), se diversifica la oferta (nuevos productos y destinos), se diversifica la demanda (aparecen nuevos tipos diferentes de turistas) y se mejora la calidad (al turista no le importa gastar más si la calidad es mejor).

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico. Se mejora la formación desarrollando planes educativos especializados. El objetivo de alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad.

### **1.2 EL TURISMO INTERNACIONAL**

#### **1.2.1 PAISES MAS VISITADOS**

1. Francia – 86.9 millones de turistas.
2. España – 81.8 millones.
3. Estados Unidos – 75.9 millones.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



4. China – 60.7 millones
5. Italia – 58.3 millones
6. México – 39.3 millones
7. Reino Unido – 37.7 millones
8. Turquía – 37.6 millones
9. Alemania – 37.5 millones
10. Tailandia – 37.7 millones

### 1.2.2 IMPACTOS TURÍSTICOS<sup>5</sup>

#### 1.2.2.1 IMPACTO ECONÓMICO.

##### POSITIVOS

- Generación de divisas por prestación de servicios.
- Generación de rentas al Estado por concepto de impuesto.
- Generación de inversiones privadas y por ende generación de empleo y mejoramiento de la calidad de vida desde un punto de vista económico.
- Inversiones públicas para dar facilitar el desarrollo de actividades turísticas (carreteras, alcantarillado, otros).

##### NEGATIVOS

- Distorsiones en la economía local.
- Posible inflación derivada de la actividad turística.
- En países en vía de desarrollo la inversión pública requiere de financiamiento externo, es decir endeudamiento.
- No siempre los recursos generados son reinvertidos.

---

<sup>5</sup> <https://es.slideshare.net/mlorenzini/impactos-sociales-ambientales-y-econmicos-del-turismo-sostenible>



### 1.2.2.2 IMPACTOS SOCIALES

#### ✚ POSITIVOS

- Generación de empleo.
- Intercambio cultural.
- Valoración de la cultura local.
- Recuperación de la industria artesanal.

#### ✚ NEGATIVOS

- Discriminación en fuentes de empleo, preferencia a extranjeros.
- Pérdida de la cultura y tradiciones.
- sobre explotación de recursos culturales y naturales.
- Crecimiento de problemas sanitarios, salud, violencia, otros.

### 1.2.2.3 IMPACTO AMBIENTAL

#### ✚ POSITIVOS

- Mayor conciencia ambiental.
- Interés de áreas naturales y su conservación.
- Lucha contra la discriminación.
- Apoyo a programas de conservación e investigación.

#### ✚ NEGATIVOS

- Exceso de demanda y saturación de destinos y sitios turísticos.
- Destrucción de áreas naturales.
- Generación de basura.
- Contaminación del aire, agua y suelo.
- Impacto paisajístico por malas y excesivas construcciones.



### 1.2.3 ORGANIZACIONES RELACIONADAS CON EL DESARROLLO TURÍSTICO.<sup>6</sup>

- ✚ **Organización Mundial del Turismo (OMT).** Su objetivo es promover el desarrollo económico, social y cultural del turismo y los viajes a nivel mundial. Cooperación entre países. Elaborar datos estadísticos. Asesora de la ONU. Sede en Madrid.
  
- ✚ **Organización de Aviación Civil Internacional (OACI).** Promueve la aviación civil a escala mundial y establece las normas internacionales que la rigen. Sede en Montreal
  
- ✚ **Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA).** De carácter privado, forman parte de ella cualquier compañía aérea que tenga de su gobierno autorización para operar de forma regular. Establece cooperación entre compañías en cuanto a servicios, liquidación de billetes, interviene y regula el tráfico aéreo, establece códigos de compañías aéreas, aeropuertos, billetes, actúa en el campo de la seguridad y participa en negociaciones entre gobiernos. Sede en Ginebra y Montreal.
  
- ✚ **Unión Internacional de Ferrocarriles (UIC).** Es la asociación mundial para la cooperación entre los principales actores del sector ferroviario internacional. Sede en París.
  
- ✚ **Unión Internacional de Transporte por Carretera (IRU).** Es la organización mundial que defiende los intereses de los operadores de autobuses, taxis y camiones para asegurar el crecimiento económico y la prosperidad a través de la movilidad sostenible de personas y mercancías por carretera en todo el mundo. Sede en Ginebra
  
- ✚ **Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes (FUAHV).** Conformada por las Asociaciones Nacionales de Agencias de Viajes de casi 100 países. Sede en Mónaco.

---

<sup>6</sup> <https://anatejeda97.wordpress.com/2015/05/16/organizaciones-internacionales-relacionadas-con-el-turismo/>

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



- ✚ **Unión de Federaciones de Asociaciones de Agencias de Viajes (UFTAA).** Es un organismo mundial que representa la industria de las agencias de viajes y de turismo. Sede en Bruselas.
- ✚ **Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA).** Comunidad mundial para la industria de reuniones y eventos, que permite a sus miembros generar y mantener una ventaja competitiva significativa en el mercado. Sede en Ámsterdam.
- ✚ **Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes (IH&RA).** Asociación que representa los intereses colectivos de la industria hotelera y de restauración ante los principales organismos internacionales. Sede en Londres.

### **B. ASPECTOS GENERALES SOBRE EL TURISMO EN EL SALVADOR.**

#### **1.3 HISTORIA DEL TURISMO EN EL SALVADOR<sup>7</sup>.**

El Salvador es el país más pequeño de la región Centroamericana, cuenta con una extensión territorial de 21,000 kilómetros cuadrados, está dividido en 14 Departamentos lleno de diversas montañas y volcanes además de estar bañado por el Océano Pacífico por el sur, es un país con abundantes riquezas culturales, históricas, naturales, arqueológicas etcétera; por ello a lo largo de la historia diferentes instituciones han buscado una mejora en la búsqueda del desarrollo turístico de El Salvador, entre estas instituciones se encuentran las siguientes.

#### **1.4 INSTITUCIONES QUE APOYARON Y APOYAN EL TURISMO EN EL SALVADOR.**

##### **1.4.1 JUNTA DE FOMENTO AL TURISMO 1924**

Durante la administración del Dr. Alfonso Quiñonez Molina, el 12 de junio de 1924 el Gobierno de El Salvador hizo conciencia de la importancia del turismo en El Salvador, no solo para la adquisición de mayores divisas, sino para que la sociedad internacional conociera el país

---

<sup>7</sup> Glenda de Crespín. Guía de Parques Recreativos Instituto Salvadoreño de Turismo. HYB Group. Enero 2017.

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



en todos sus valores culturales, históricos y gastronómicos en beneficio del comercio, la industria y la agricultura, por lo que se acordó la creación de la primera Junta de Fomento de Turismo y Propaganda Agrícola e Industrial, con dependencia del ministerio de fomento (que actualmente lo conocemos como Ministerio de Obras Públicas).

La presidencia de la primera Junta de Fomento de Turismo estuvo a cargo del Dr. José Leiva e integrada por dos vocales, un tesorero y un secretario que desempeñaron sus cargos Ad-honorem y sus principales funciones estaban enmarcadas a realizar en el exterior una propaganda eficaz y efectiva para atraer al turista extranjero, contando con la colaboración del Ministerio de Relaciones Exteriores, mediante los cónsules residentes en el exterior. (Diario Oficial 12 y 13 de junio 1924).

### **1.4.2 JUNTA NACIONAL DEL TURISMO 1930.**

A partir del año 1930, con la administración del Dr. Pío Romero Bosque, se solicitó a la Asamblea Legislativa mediante el Decreto N° 135 del 14 de agosto de 1930, la creación de la primera Junta Nacional del Turismo, con sede en la capital. (Diario Oficial del 28 de agosto de 1930), la cual fue el enlace entre el gobierno y las Juntas Departamentales de Caminos, dado que el acceso a las zonas turísticas resultaba fácil, se acordó extender en forma gratuita a través de los Consulados, tarjetas de turistas a todos aquellos que visitaran el país por un lapso de 8 días, permiso que podría prorrogarse hasta por un mes.

La junta Nacional de Turismo permaneció activa hasta el año 1939, ya que por decreto N° 98 del 21 de diciembre del mismo año, la Asamblea Legislativa derogó el Decreto N° 135 el cual creaba dicha junta.

### **1.4.3 JUNTA DE PROGRESO Y TURISMO 1945.**

El 8 de marzo de 1945 aparece el Decreto N° 14 que suprimía las Juntas de Fomento que funcionaban en cada uno de los departamentos del país, dado que al centralizarse en el ramo de Obras Públicas el Ejecutivo no había desarrollado con la debida eficiencia la labor encomendada a dichas Juntas, estableciendo las Juntas de Progreso y Turismo, dichas Juntas dependían

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



directamente del poder ejecutivo en el Ramo de Obras Públicas. (Diario Oficial 14 de marzo de 1945).

Se cree que las Juntas de Fomento fueron reemplazadas por las Juntas de Ornato y posteriormente por las Juntas de Progreso y Turismo, todas dependiendo de Obras Públicas y desempeñando casi las mismas funciones en cada una de las cabeceras departamentales, funcionando entre los años 1939 y 1946. El 29 de enero de 1947 estaba previsto celebrar la Asamblea Nacional del Turismo, donde se acordaría la celebración de la Convención Centroamericana de Turismo; pero por motivos desconocidos no se realizó la Asamblea en dicha fecha, sino hasta el 9 de abril de 1947, que el Presidente del país General Salvador Castaneda Castro giró instrucciones a través de una nota enviada al Ministerio de Relaciones Exteriores para solicitar la realización de la Asamblea General de Turismo, contando con la participación de la empresa privada.

El 1° de junio de 1948 se Decretó el reglamento de la Junta Nacional del Turismo, que consta de 12 artículos describiendo la integración de la Junta Directiva, así como las Juntas Departamentales.

La Junta Nacional del Turismo empezó a funcionar bajo la presidencia del Sr. Roberto Salazar en un pequeño salón del Ministerio de Relaciones Exteriores, entonces instalado en el Palacio Nacional, que por falta de espacio fue trasladado al lobby del Hotel Astoria en la esquina de la avenida Cuscatlán y la 4ta calle poniente.

El 14 de septiembre de 1948 se trasladó la oficina al edificio de la calle Rubén Darío, construido por la firma de ingenieros Noltenius - Choussy, sin embargo en el año 1947 el Sr. Salazar había logrado la compra de un terreno con el propósito de edificar en ese lugar el edificio propio de turismo; pero fue hasta el 10 de mayo de 1949 que se logró la edificación del edificio, gracias a la iniciativa y dinamismo del poeta salvadoreño Don Raúl Contreras quien fue nombrado como Presidente de la Junta Nacional del Turismo en enero de 1949.

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



Gracias a la visión del escritor, periodista y diplomático Raúl Contreras entre los años 1949 y 1959 se ejecutaron varias obras; fundando el sistema de Turicentros, conocidos en la actualidad como Parques Recreativo, con el fin de brindar un lugar de sano esparcimiento a las familias salvadoreñas.

### **1.4.4 LEY DE FOMENTO A LA INDUSTRIA HOTELERA 1953.**

El Presidente en funciones Teniente Coronel Oscar Osorio creó en el año 1953 la Ley de fomento a la Industria Hotelera, con el objetivo de promover el establecimiento de nuevos hoteles que tuvieran la capacidad para proporcionarle a los extranjeros un servicio que respondiera a sus necesidades; por lo que mediante el Decreto N° 1039, del 9 de mayo se crea dicha ley.

### **1.4.5 ISTU (INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO) 1961.<sup>8</sup>**

El Directorio Cívico Militar de El Salvador que había derrocado al entonces Presidente José María Lemus, considero indispensable que la Junta Nacional del Turismo contará con autonomía y personería jurídica, que garantizara estabilidad y eficiencia en su labor, para ello decreta, sanciona y promulga la Ley de creación del Instituto Salvadoreño de Turismo, conocida en sus siglas como: ISTU el 13 de diciembre de 1961, decreto de Ley N° 469, adscrito al Ministerio de Economía, dicha ley constaba de 50 artículos.

### **1.4.6 CORSATUR (CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO) 1996.**

En la administración del Presidente de la República Armando Calderón Sol en el año 1996 el Instituto Salvadoreño de Turismo se sujeta a una estrategia descentralizada de turismo a iniciativa del Gobierno Central, para lograr ser más competitivos a nivel mundial, con la creación de la Corporación Salvadoreña de Turismo, conocida en sus siglas como: CORSATUR.

A partir de 1996 el ISTU ya no tendría a su cargo la actividad de promoción y desarrollo del turismo en el exterior, debido a la creación del nuevo ente Gubernamental que se haría cargo

---

<sup>8</sup> Diario Oficial N°235, tomo 193 del 22 de diciembre de 1961

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



de tal actividad. Sin embargo, la separación del presupuesto se dio hasta el año 1997, operando dicha corporación por un año completo por fondos financieros del ISTU.

El ISTU se encargó exclusivamente de la promoción de la Recreación Familiar y Social, a través de la red de 14 parques recreativos; 11 acuáticos y 3 naturales.

### **1.4.7 MITUR (MINISTERIO DE TURISMO) 2004.**

Bajo la administración del Presidente Don Elías Antonio Saca, es creado el Ministerio de Turismo, conocido en sus siglas como MITUR, por medio del decreto ejecutivo N°1, de fecha 24 de mayo de 2004, dicha institución se estableció como rectora en materia de turismo, la cual le corresponderá determinar y velar por el cumplimiento de la Política y el Plan Nacional del Turismo. (Diario Oficial 1 de Junio de 2004).

## **C. MARCO LEGAL.**

### **1.5 LEYES DE APOYO TURÍSTICO EN EL SALVADOR<sup>9</sup>.**

#### **1.5.1 LEY DE TURISMO DE EL SALVADOR.**

DECRETO N° 899 LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR.

CONSIDERANDO:

I- Que el artículo 101 de la constitución establece que es obligación del Estado promover el desarrollo económico y social del país, propiciando el incremento de la producción y la productividad y la racional utilización de los recursos con que cuenta el mismo.

II- Que el territorio de la República está dotado de recursos que por su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales tiene gran potencial de desarrollo turístico, cuya utilización racional contribuirá a mejorar y diversificar la oferta turística, a la creación de

---

<sup>9</sup> [https:// www.asamblea.gob.sv](https://www.asamblea.gob.sv)

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



nuevos lugares de trabajo y, con ello mayores niveles de ocupación y empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

III- Que es de interés nacional estimular el desarrollo de la actividad turística, como medio para contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país, generando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada, basada en la sostenibilidad como fórmula inseparable de la competitividad, en el respeto al medio ambiente y los recursos naturales y culturales y en la diversificación del producto y a la mejora de la calidad de los servicios, como condiciones inesperables para asegurar la rentabilidad de la industria turística.

IV- Que es necesario regular la protección, fomento, desarrollo y capacitación del sector turístico del país, por medio de una ley, a efecto de obtener los máximos beneficios para el sector, lo que contribuirá a la imagen e identidad del país como destino turístico.

### **OBJETO Y DEFINICIONES.**

Art 1. La presente ley tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, presentados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeros.

Art 2. Para los efectos de la presente ley se entenderá por:

- a) Turismo o actividad turística: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos a los de su habitual residencia, por un periodo consecutivo menor a un año, con fines de recreación y descanso.
- b) Recursos turísticos nacionales: Todos los recursos y sitios turísticos, arqueológicos, culturales y naturales que se encuentran dentro del país y que son considerados y desarrollados como atractivos turísticos.
- c) Industria y servicios turísticos: Las actividades que realizan los productores de bienes de consumo para turistas y los prestadores de servicios para actividades turísticas, así como las

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



instituciones públicas y privadas relacionadas con la promoción y desarrollo del turismo en El Salvador.

- d) Turista: Toda persona que permanece al menos una noche fuera de su lugar habitual de residencia y que realiza actividad turística.
- e) Proyecto de Interés Turístico Nacional: Proyecto o Plan Maestro de construcción, remodelación o mejora de infraestructura y servicios turísticos, que es calificado como tal por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Turismo, en virtud de su interés y contexto recreativo, cultural, histórico, natural o ecológico, que lo hacen elegible para gozar de los incentivos que concede esta Ley.
- f) Región, Zona o Centro Turístico de Interés Nacional: Lugar o zona del territorio nacional que por sus características constituye un atractivo turístico real o potencial, pero carece de la infraestructura y servicios necesarios para desarrollarse y que sea declarado como tal por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Turismo.
- g) Empresas Turísticas: Las que ofrecen y prestan servicios a turistas en las áreas de información, transporte, alojamiento, alimentación y recreación.

### **1.5.2 REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DE TURISMO DE EL SALVADOR<sup>10</sup>.**

DECRETO EJECUTIVO N° 108.

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR, CONSIDERANDO:

- I- Que mediante decreto Legislativo N° 899, de fecha 10 de diciembre de 2005 publicado en el diario oficial N° 237, tomo N° 369 del 20 de diciembre de ese mismo año, se decretó la Ley del Turismo.

---

<sup>10</sup><http://Tramintes.gob.sv>media>reglamentogeneraldeleleydeturismo.pdf>

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



- II-** Que es obligación del estado determinar y velar por el cumplimiento de la Política y del Plan Nacional del Turismo, por ser estas acciones de interés nacional que contribuyen al crecimiento económico del país y lo ayudan a identificarse como un destino turístico internacional.
  
- III-** Que para garantizar el cumplimiento de los objetivos de la Ley de Turismo y en base al artículo 39 de la misma, el cual establece que será atribución del Presidente de la República, emitir los Reglamentos de Aplicación de la referida Ley, es menester que se dicte el Reglamento General de la misma.

### OBJETIVO Y DEFINICIONES.

Art 1. El presente Reglamento General de la Ley de Turismo, tiene por objeto desarrollar las disposiciones contenidas en la Ley de Turismo y contribuir a ejecutar esta actividad dentro del territorio nacional.

Art 2. Para los efectos del presente reglamento se entiende por:

- a) Atractivo turístico: Recurso o elemento natural (propio del lugar), elaborado por el hombre o recurso intangible (cultura, idioma, costumbres, gastronomía y otros) que genera en su entorno actividad turística.
  
- b) CORSATUR: Corporación Salvadoreña de Turismo.
  
- c) DCS: Dirección de Contraloría Sectorial de la Secretaría de Estado.
  
- d) Huésped: Toda persona que hace uso de una habitación en los de alojamiento turístico.
  
- e) PITN: Proyecto de Interés Turístico Nacional.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



- f) Prestador de servicios turísticos: Persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere la Ley de Turismo y sus Reglamentos.
- g) Producto Turístico: Conjunto de prestaciones materiales e inmateriales, compuesto por recursos, infraestructura y servicios turísticos, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista.
- h) RNT: El Registro Nacional de Turismo de CORSATUR.

### **1.5.3 REGISTRO NACIONAL DE TURISMO.**

El Capítulo III de la Ley de turismo en el artículo 9 establece que: Habrá un Registro Nacional de Turismo, el cual tendrá jurisdicción nacional y dependerá de CORSATUR, quien ejercerá su administración y control, en el que podrán inscribirse las empresas turísticas que operen en el país, las cuales gozarán de los beneficios y de los incentivos que confiere la presente Ley cuando así lo soliciten y cumplan los requisitos legales.

El Registro Nacional de Turismo es un registro público que depende de CORSATUR, donde se inscriben empresas turísticas, nacionales o extranjeras, así como sus titulares ya sean personas naturales o jurídicas que exploten actividades turística; sirve para que las empresas obtengan beneficios como capacitaciones, promociones en catálogo, información de sus servicios en la página web institucional, participar en ferias internacionales, la aplicación a incentivos fiscales y pueden inscribirse empresas de alojamiento, restaurantes, operadores turísticos, organizadores de eventos, transporte turístico, parques recreativos y otras empresas que presten servicios directos de naturaleza turística.

## D. ASPECTOS GENERALES DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE.

### 1.6 INFORMACIÓN GENERAL SOBRE EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE.

#### 1.7 HISTORIA<sup>11</sup>:

El Cerro verde está ubicado a una distancia de 77 kilómetros al occidente de la capital San Salvador, su nombre en náhuatl es “Cuntepeque” que significa Cerro de nubes o brumas, es un volcán extinto ubicado en el departamento de Santa Ana en la cordillera de Apaneca, su cráter se encuentra erosionado y cubierto por un espeso bosque nebuloso. El Cerro como lo llaman sus habitantes trata de un volcán que remonta sus orígenes a más de medio millón de años, se dice que su última erupción fue hace unos 25,000 años aproximadamente.



El Parque fue abierto al público en el año 1955 gracias a don Raúl Contreras, formando parte del complejo Los Volcanes, integrado por los volcanes de Izalco, Santa Ana (Ilamatepec) y Cerro Verde, estableciéndose como un área prioritaria para la conservación del medio ambiente en El Salvador, por lo que está incluida dentro de la Ruta de Observación de Aves, para que los visitantes puedan identificar según su plumaje o canto a más de 128 especies de aves, entre ellas se destacan: correcaminos, chachalacas, colibríes, cenizos, carpinteros, gorriones.

Los árboles del bosque nebulosos sirven de hábitat para una gran variedad de plantas como: orquídeas, brómelas, helechos, cactus y musgo, los cuales permanecen siempre verdes debido a la alta humedad del suelo y del aire, producto de la constante neblina, así como frecuentes

---

<sup>11</sup> Glenda de Crespín. Guía de Parques Recreativos Instituto Salvadoreño de Turismo. HYB Group. Enero 2017.

# “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



lluvias. El Cerro Verde alcanza una altura de 2030 msnm y este comunicado con el volcán de Santa Ana por un corredor natural llamado: Meseta de San Blas la cual une a las dos cumbres. Este parque natural posee 52 manzanas de terreno. Su temperatura media anual oscila entre los 15°C y los 18°C durante el día y en la noche entre 4°C y 9°C.

## 1.8 ADMINISTRACIÓN.

### 1.8.1 INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO.

El Parque Natural Cerro Verde es administrado por El Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) desde el año 1962, un año después de haber creado esta institución. Actualmente esta institución es dependiente de gobierno y se encarga de la administración de catorce parques nacionales entre ellos se encuentra el Cerro Verde.

## 1.9 SERVICIOS QUE OFRECE EL PARQUE CERRO VERDE.

### 1.9.1 SERVICIO DE GUÍAS TURÍSTICOS.



El parque ofrece servicio de Guías Turísticos debidamente identificados, quienes son capacitados por el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) cada año en las áreas de educación e interpretación ambiental, convirtiéndose en guardianes del Cerro Verde, dado que a través de sus conocimientos se preservan los recursos naturales que ofrece el lugar.

Los Guías Turísticos en conjunto con la división de turismo de la Policía Nacional Civil (PNC), son los encargados de acompañar a los turistas nacionales y extranjeros a las caminatas extremas y a los diferentes recorridos internos interpretativos que ofrece el Parque.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



### 1.9.2 CABAÑAS CERRO VERDE.

El Cerro Verde ofrece dos tipos de cabañas unas de tipo personales y otras de tipo familiares donde las personas puedan disfrutar una estadía de 24 horas.



### 1.9.3 RESTAURANTE Y CAFETERÍA GOURMET.



En el año 2016 el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) realizó la construcción del Restaurante y Cafetería Gourmet con un área de construcción de 320 metros cuadrados, edificado en la zona del sector sur del parque, con vista panorámica al volcán de Izalco.

### 1.9.4 JUEGOS RECREATIVOS PARA NIÑOS.

Cuenta con pequeño centro de recreación para niños en el sector sur del parque, con un circuito de diferentes juegos para que los niños puedan disfrutar del lugar.

### 1.9.5 ALQUILER DE HAMACAS Y PARRILLAS TIPO BARBACOA.

El Parque Cerro verde cuenta con el servicio de alquiler de hamacas para que los visitantes puedan disfrutar de un rico descanso en la tranquilidad del parque y con el alquiler de barbacoa para las personas que gustan de preparar sus comidas en el parque.

## **1.10 FESTIVALES QUE SE REALIZAN.**

### **1.10.1 FESTIVAL DEL JOCOTE DE CORONA.**

El Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) en el año 2009 crea el primer Festival del Jocote de Corona en el Parque Natural Cerro Verde, siendo el principal objeto celebrar la cosecha de este delicioso fruto propio de la zona, produciendo el 60% de la cosecha nacional.



Cada año el festival pone a disposición de los visitantes más de 2 millones de jocotes corona recolectados en las faldas del Cerro Verde, Volcán de Santa Ana y la sierra Apaneca Ilamatepec, abastecido por fincas: el pozo, Bethania, La Fe, Los Planes, Monte Bello y Finca Guachoca, entre otras.

El Festival del Jocote de Corona representa una oportunidad para el desarrollo del turismo rural comunitario, que beneficia de forma directa a más de 5 mil familias de 6 comunidades provenientes de: Lomas de San Marcelino, Planes de la laguna, Cantón Pobreríos, Cantón Palo de Campana, Caserío los Arenales y el Congo.

Desde el año 2014 el Festival del Jocote de Corona elige una Reina que represente la identidad cultural y frutal; así como la belleza de la mujer santaneca.

### **1.10.2 FESTIVAL DEL CAFÉ.**



La fruticultura y caficultura han sido factores clave para la reactivación del turismo rural comunitario en la zona del Cerro Verde, celebrando el mes de febrero de 2016 el primer festival del café registrando una afluencia de más de 4,000 personas. En la el presenta año se cambió de Festival del Café a Festival del Café y el Cacao.

# CAPÍTULO

## II



ASPECTOS TEÓRICOS Y  
TÉCNICOS SOBRE EL TURISMO  
Y SOBRE LA PLANIFICACIÓN  
ESTRATÉGICA ORIENTADA AL  
DESARROLLO TURÍSTICO  
SOSTENIBLE DEL PARQUE



## 2.1 DEFINICIONES DE TURISMO

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua, turismo se define como la actividad o hecho de viajar por placer.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

### 2.1.1 FORMAS DE TURISMO<sup>12</sup>

Con respecto a un país dado, existen 3 formas de turismo fundamentales; turismo interno, turismo receptor y turismo emisor.

- ✚ **Turismo interno:** el de los residentes del país que viajan únicamente dentro de este país.
- ✚ **Turismo receptor:** engloba las actividades realizadas por un visitante no residente del país de referencia.
- ✚ **Turismo emisor:** abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia.

Estas formas de turismo pueden combinarse de diferentes modos y dar lugar a las siguientes formas de turismo:

- ✚ **Turismo Interno:** El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia.

---

<sup>12</sup> Amparo Sancho, Introducción al turismo, OMT primera edición. Fuente OMT (1991).

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



- ✚ **Turismo Nacional:** Abarca el turismo interno y el turismo emisor, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia.
- ✚ **Turismo Internacional:** El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia.

### 2.2 CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO.

#### Las características del turismo en general son:

- ✚ Su idea es dar a conocer todas las bellezas y bondades que poseen los diferentes centros vacacionales, para atraer al máximo a sus visitantes.
- ✚ El turismo es una abstracción, es un concepto unificador que se usa por comodidad y para simplificar.
- ✚ Es una gran cadena generadora de empleos tanto indirectos como directos.
- ✚ El turismo, es una de las grandes industrias de casi todo el mundo que está generando grandes ganancias a sus respectivos países.
- ✚ El turismo forma parte de la vida de prácticamente todos los individuos de una sociedad acomodada.

### 2.3 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO<sup>13</sup>

Esta clasificación toma en cuenta las motivaciones prioritarias para hacer un viaje turístico.

---

<sup>13</sup> Renato Quezada Castro, Elementos del turismo. Editorial Universidad Estatal a distancia(EUNED), San José Costa Rica 2000. Página 101- 107

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



### 2.3.1 TURISMO DEPORTIVO

Quienes viajan bajo esta modalidad, lo hacen motivados por tres circunstancias principales distintas:

- a) Participación como espectadores de eventos deportivos internacionales.
- b) Para disfrutar o practicar alguna actividad deportiva.
- c) Para participar en competiciones deportivas.

La acepción de deporte lleva implícitos varios elementos como son “recreo, pasatiempo, placer, diversión, ejercicio físico”, por lo común al aire libre, practicado individualmente o en equipos.

Hay actividades deportivas que tienen características más lúcidas o recreativas que físicas, como son el ajedrez y billar u otras donde se depende de vehículos y lugares especiales para practicarlos y disfrutarlos (motociclismo, automovilismo, velerismo, etcétera.). Asimismo, otros deportes solo pueden ser practicados en condiciones muy características como son: deportes invernales, acuáticos, extremos o de alto riesgo, etcétera.

La gama de actividades deportivas es enorme y existen modalidades que son practicadas en equipo (fútbol, baloncesto, voleibol, hockey, béisbol, etcétera.), individualmente (atletismo, natación, ciclismo, gimnasia, surfing, etcétera.), en parejas (tenis, tenis de mesa, esgrima, boxeo, lucha, etcétera.) con animales (cacería y pesca deportivas), con equipo especial (buceo, paracaidismo, kayakismo, etcétera.) con terrenos o instalaciones especiales (golf, esquí, etcétera.).

La práctica constante y dominio de una disciplina deportiva es la que permite a las personas distinguirse de otros (aficionados) y especializarse hasta alcanzar niveles competitivos y participar de este modo, en eventos deportivos internacionales que según sea el deporte pueden atraer a miles de visitantes. Ejemplo de estas competencias son: las olimpiadas, campeonato mundial de fútbol, torneos de tenis, serie mundial de béisbol, etcétera.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



### 2.3.2 TURISMO NATURALISTA.

Este tipo de turismo es realizado por las personas que se sienten atraídas para conocer, disfrutar o estudiar un recurso natural singular o característico de un destino. Según sea el grado de interés y de identificación con este recurso, así será el nivel de especialización que puede alcanzar esta modalidad, la cual puede subdividirse en turismo de naturaleza suave, turismo de naturaleza fuerte y ecoturismo.

#### ✚ TURISMO DE NATURALEZA SUAVE

Es el que practican la mayoría de las personas y consiste en los viajes que ellas realizan a un lugar con especiales atributos naturales y excéntricos, con el fin de disfrutar esos recursos, pero sin realizar estudios o investigaciones. El turista naturalista suave, tiene especial preferencia por las áreas silvestres o por los sitios poco degradados o intervenidos por el hombre.

#### ✚ TURISMO DE NATURALEZA FUERTE

Está conformado por quienes viajan a zonas naturales específicas con el objetivo de investigar o ampliar sus conocimientos respecto a un ecosistema, hábitat o especie (animal o vegetal) en particular. Es un turismo investigativo y por ello algunos, en su momento, lo denominaron o asociaron con el turismo científico, aunque este concepto comprende además de las ramas propias del turismo naturalista (botánica, zoología, ecología, etcétera.) otras pertenecientes a distintas disciplinas, cuyos estudiosos viajan para investigar o profundizar aún más en su campo de especialización (historia, vulcanología, agronomía, etcétera.).

#### ✚ ECOTURISMO

El ecoturismo se practica básicamente en áreas protegidas (Públicas y privadas), y por esa circunstancia, países como Costa Rica, Belice, Ecuador y otros con gran biodiversidad y mucha extensión territorial preservada, poseen excelentes condiciones y oportunidades para desarrollar esta modalidad.

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



### **2.3.3 TURISMO DE NEGOCIOS.**

Son los viajes emprendidos para realizar en otro lugar diferente al de residencia, gestiones o labores propias de la empresa. Se considera hoy en día como una modalidad del turismo, pues quienes así viajan emplean servicios de transporte, hoteles, restaurantes y otros considerados turísticos. Igualmente, estas personas suelen hacer compras y divertirse como los demás turistas tradicionales, aunque su motivación principal es el trabajo, no el descanso.

Existen otras personas que viajan por motivos de comercio e inversión que se suman a los de este grupo y que también demandan servicios turísticos.

### **2.3.4 TURISMO CULTURAL.**

Desde sus orígenes, los viajes han estado íntimamente ligados con el deseo del hombre por conocer la forma en que viven otros, así como sus costumbres y maneras de expresarse. De este modo, el turismo cultural es practicado por quienes viajan motivados por el disfrute y la permanencia en aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos.

Dentro del turismo cultural se comprende una serie de disciplinas y de aspectos relacionados con el acontecer histórico del hombre, que se manifiesta a través de la exclusiva identidad, forma de ser, di vivir y de expresión de un pueblo en un espacio geográfico determinado.

Desde esa perspectiva, el que viaja por motivaciones culturales lo hace por conocer, disfrutar o estudiar rasgos específicos (historia, arqueología, religión, filosofía, folclor y otros) de un pueblo, pis o región en especial.

### **2.3.5 TURISMO DE SALUD.**

Este tipo de turismo lo practican las personas que viajan a un destino caracterizado, por sus especiales condiciones y facilidades para el descanso y la recuperación, o para recibir un

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



tratamiento o intervención quirúrgica que mejore las deficiencias físicas, estéticas o de salud en general que les aquejan.

### **2.4 DEFINICIÓN DE TURISTA.**

Se conoce popularmente con el término de turista a aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. La ausencia se produce más allá de 24 horas e incluye pernoctación en el punto geográfico de destino.

Tradicionalmente, a la persona que se traslada de su país a otro y que lo hace con la finalidad de aumentar su conocimiento cultural, de aprender otras culturas, entre otras cuestiones, se la llamará turista, sin embargo, si lo que motiva el viaje o la visita a otro país es una cuestión de salud, por ejemplo, al individuo de todas maneras por cumplir con las mencionadas características de dejar su país más de 24 horas y de pernoctar en otro, también se lo llamará turista, aunque claro, su finalidad no sea la de aumentar su saber cultural.

Y el ocio y la recreación son otros de los objetivos fundamentales de los turistas. Viajar hacia algún destino con la misión de descansar, de no hacer nada, dejar la rutina de lado y hacer todas actividades que impliquen entretenimiento.

### **2.4.1 DIFERENCIA ENTRE TURISTA, VISITANTE, EXCURSIONISTA Y VIAJEROS**

#### **✚ VISITANTES <sup>14</sup>**

De acuerdo a los tipos elementales de turismo los visitantes se pueden dividir en:

---

<sup>14</sup> Arturo Crosby, Adela Moreda, Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas Naturales, pagina, 12-13; editado por el Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística (CEFAT), Madrid.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



**VISITANTES INTERNACIONALES**, incluyendo a toda persona que viaja por un periodo no superior a doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

Los visitantes internacionales incluyen los turistas, que son visitantes que permanecen una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado, y los excursionistas, que son visitantes del día que no pernoctan.

**VISITANTES INTERNOS**, son aquellos que residen en un país y que viajan, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país, pero distinto al del entorno habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Los visitantes internos, incluyen, al igual que los internacionales, los turistas y los excursionistas.

### **TURISTAS.**

Se les puede denominar como visitantes ya, que salen de su lugar habitual a otro que no lo es, por más de 24 horas.

Necesariamente pernoctan en destino y la duración del viaje no puede durar por más de 1 año. De igual manera el turista tiene un motivo de viaje ya sea vacacional o de negocios.

### **EXCURSIONISTAS.<sup>15</sup>**

Al igual que los turistas son visitantes, solo que estos no pernoctan en los destinos que visitan, quiere decir que su duración no supera las 24 horas. Por lo general se le denominan excursionistas a las personas que viajan a ciudades fronterizas o costeras en cruceros o vehículos propios.

---

<sup>15</sup> María de la O Mora Ranera. Planificación, programación y operación de viajes combinados, editorial Elearning S.L. España.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



### ✚ VIAJEROS.<sup>16</sup>

La OMT entiende por este, a cualquier persona que viaje, independientemente de los motivos y duración que tengan estos desplazamientos. Es decir, dentro de este concepto se incluyen tanto a los turistas como a los excursionistas y a otras personas no incluidas en las estadísticas del turismo (inmigrantes, diplomáticos, refugiados, pasajeros en tránsito, etcétera.).

## 2.5 DEFINICIÓN DE PLAN Y ESTRATEGIA.

### 2.5.1 ¿QUÉ ES UN PLAN?<sup>17</sup>

Esta palabra que ahora nos ocupa tiene su origen etimológico en el latín. Así, podemos saber que en concreto emana del vocablo latino *planus* que puede traducirse como “plano”.

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistémico que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla o encausarla. En este sentido, un plan es también un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

### 2.5.2 ¿QUÉ ES UN PLAN ESTRATÉGICO?<sup>18</sup>

La Planificación Estratégica, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia y calidad en los bienes y servicios que se proveen. Desde un punto metodológico, la planificación estratégica consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción (estrategias) para alcanzar dichos objetivos. Desde esta perspectiva la PE es una herramienta clave para la toma de decisiones de las instituciones públicas.

---

<sup>16</sup> Renato Quezada Castro, Elementos del turismo. Editorial Universidad Estatal a distancia, San José Costa Rica 2000. Página 7

<sup>17</sup> <https://definicion.de/plan/>

<sup>18</sup> Marianela Armijo. Planificación Estratégica e indicadores de desempeño en el sector público. Edición Naciones Unidas. Santiago de Chile, junio de 2011.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



### 2.6 IMPORTANCIA DE UN PLAN ESTRATÉGICO.<sup>19</sup>

Para la redacción de un plan estratégico es importante entender las razones que llevan a prepararlo. El enfoque y el grado de detalle del plan dependerán de las decisiones que busca sustentar.

La mayoría de los planes se realizan con el fin de obtener algún tipo de financiamiento. En el caso de nuevas ideas de negocios, los bancos, los inversores de capital de riesgo y otros proveedores de capital ponen gran énfasis en la planificación de negocios y la planificación estratégica, debido a que esto es muchas veces lo único en lo que pueden basar sus decisiones.

El plan estratégico puede también aportar para la base de la creación de procesos comerciales, descripción de puestos de trabajo, y presupuestos operativos. Puede ofrecer también la base para en análisis y monitoreo del rendimiento.

### 2.7 OBJETIVOS DE UN PLAN ESTRATÉGICO.

El objetivo del plan estratégico es diseñar la ruta que se va a seguir para alcanzar las metas y establecer la manera en que esas decisiones se transformen en acciones. Sin embargo, para establecer esta ruta antes es necesario.

- Analizar y definir las características de la empresa.
- Reflexionar sobre sus puntos fuertes e identificar las posibles amenazas que puedan suponer un problema.
- Meditar sobre cuáles son los objetivos de la empresa y que mejoras se deben realizar para alcanzarlos.

---

<sup>19</sup> Graham Friend y Stefan Zehle. Como diseñar un plan de negocios. Primera edición. Buenos Aire 2008. Colección Finanzas y Negocios.



## **2.8 PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.**

Todas las empresas tienen una estrategia, ya sea implícita o explícita. En su versión más simple el plan estratégico es una descripción de lo que la empresa está realizando y su funcionamiento. En las grandes empresas, la planificación estratégica se ha convertido en un proceso formal que incluye un sector dedicado a este proceso. En otros casos, la estrategia es parte de la función de comercialización.

Algunos autores distinguen entre procesos normativos y emergentes para la planificación estratégica. El proceso normativo enfatiza la naturaleza secuencial del proceso de planificación. Esto implica que el análisis y la elección de la estrategia son diferentes de la implementación.

El proceso emergente es más experimental, una estrategia se ajusta constantemente a la luz de la realidad operativa. Esto implica un método táctico de planificación a más corto plazo.

### **2.8.1 VISIÓN MISIÓN Y OBJETIVOS.**<sup>20</sup>

Los nuevos negocios generalmente comienzan con una idea o visión emprendedora, y deben luego explicar cómo esa idea se puede convertir en realidad. Los negocios deben plantarse objetivos claros sobre los cuales pueda medirse el éxito. Las empresas ya existentes han establecido ideas, misiones y objetivos, ya sean estos implícitos o explícitos, una revisión estratégica puede conducir a una reestimación del valor de estos; más aún, su propósito principal será evaluar la idea a fin de mejorar el rendimiento de la compañía.

Los enunciados de las ideas, tareas y objetivos deberán ser concisos, fáciles de comprender y perdurables. No deberán de ser confusos o sin sentido, ni tampoco llenos de frases que reflejan la última moda. Normalmente, el enunciado es una oración o párrafo, y los enunciados de la misión y objetivos consisten en no más de cinco viñetas cada uno.

---

<sup>20</sup> Graham Friend y Stefan Zehle. Como diseñar un plan de negocios. Primera edición. Buenos Aires 2008. Colección Finanzas y Negocios. Página 36.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



La visión: El enunciado de la visión define el negocio al que la empresa se dedica y traza las líneas generales del rumbo que la organización está tomando.

Misión: El enunciado de la misión explica cómo se logrará la visión. Trasmite a los inversores, gerentes, personal y clientes lo que la empresa está por realizar.

Objetivos: La empresa deberá tener un conjunto de objetivos sobre los cuales se podrá medir el éxito de la estrategia. Los objetivos deberán ser:

- Específicos.
- Cuantificables.
- Alcanzables dentro del rango de tiempo establecido.
- Relevantes en el contexto de la visión.
- Limitados en el tiempo.

### **2.8.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO.**

Los negocios son objeto de muchas presiones sobre las cuales estos tienen un control limitado: política económica gubernamental, cambios de actitud entre los consumidores y el desarrollo de nueva tecnología. El análisis del entorno estudia dichas fuerzas con el fin de predecir la coyuntura en la cual el negocio tendrá que operar. Los factores podrán ser Macro, tales como el nivel de inflación, las tasas de interés y el tipo de cambio, o Micro, como por ejemplo los impuestos locales que recaen sobre las empresas. Para el plan estratégico, la habilidad consiste en determinar qué factores tienen impacto en el negocio o podrán tenerlo en el futuro, y comprender como será probablemente dicho impacto. Requiere habilidad para pensar más allá del marco actual de referencia a fin de identificar todas las influencias futuras que sufrirá el negocio.

En un plan de negocios deberá tenerse en cuenta la velocidad de cambio del entorno. Hay tres niveles de cambio: estable, dinámico y turbulento. En mercados estables, se podrá desarrollar un plan estratégico bien definido desde el principio; pero en mercados turbulentos,

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



es más probable que las decisiones estratégicas evolucionen a medida que los acontecimientos van sucediendo y la incertidumbre disminuye.

Una de las herramientas a utilizar será el Análisis PEST, es un análisis de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos (PEST) revelara muchas de las influencias externas que pasan sobre el rendimiento del negocio.

Mucha de la información necesaria para el análisis PEST puede haber sido reunida en oportunidades de realizarse análisis de competidores y las actividades de planificación estratégica y táctica. Podrá obtenerse información actualizada de diarios y periódicos de buen nivel. Los organismos gubernamentales, industriales y las organizaciones de investigación, realizan detallados pronósticos, informes sobre el país y sus industrias. Los análisis de acciones también realizan investigaciones que contienen información valiosa sobre tendencias y factores que influyen en los mercados.

El análisis del entorno es un paso decisivo en el proceso de planificación de negocios. El análisis PEST identifica los elementos del entorno que pueden afectar el rendimiento del negocio y que deben ser considerados en el proceso de planificación. Estos elementos están a menudo fuera del control de las empresas y pueden ser objeto de un alto grado de incertidumbre.

### **2.8.3 ANALIZANDO LA EMPRESA.**

El objetivo de analizar un negocio o empresa, es identificar sus recursos y determinar de qué manera estos pueden aportar algo a sus ventajas competitivas. Las empresas que asignan y reubican sus recursos de la manera más eficaz probablemente alcancen una rentabilidad mayor sobre el capital utilizado que aquellos que no lo hacen. El análisis de un negocio tiene tres aspectos.

- ✚ Los recursos en sí mismos. Estos pueden constituir una ventaja competitiva, ya que puede ocurrir que los rivales no tengan acceso a los mismos recursos y que no sean capaces de imitar o sustituir los recursos en uso para un negocio en particular. Este es el principio central

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



de la visión de ventaja competitiva basada en los recursos, y se analiza usando herramientas tales como el análisis VRIO. El análisis de la empresa deberá contestar a esta pregunta: ¿Qué tenemos nosotros que la competencia no tiene y no puede copiar?

- ✚ La configuración de los recursos. Esto también puede ser una fuente de ventaja competitiva. Si una empresa configura sus recursos de manera óptima, tendrá una ventaja competitiva sobre sus rivales. Esta visión es central para la cadena de valor y el concepto de sistema de valor de la ventaja competitiva.
- ✚ La auditoría de recursos. Esto abarca los recursos operativos (tangibles e intangibles), humanos (capacidades) y financieros. El objetivo de la auditoría de recursos es identificar recursos y establecer que tan eficazmente se usan los recursos y cómo se dispone de ellos efectivamente.

Uno de los objetivos de la planificación estratégica es alcanzar, sostener y aumentar la ventaja competitiva. Dentro de una misma industria algunas empresas son más exitosas que otras debido a que tienen recursos que son esencialmente distintos de los de la competencia, quien además no puede adquirir estos recursos con facilidad. Por tanto, las empresas deberán tratar de adquirir o desarrollar dichos recursos únicos a fin de alcanzar la ventaja competitiva.

Análisis VRIO (Valioso, raro, imitable, organización) Para llevar a cabo un análisis de empresa basado en recursos, Jay Barney propuso un método estructurado que analiza si un recurso es valioso, raro o imitable, y si la organización aprovecha la ventaja que ofrece ese recurso.

### **2.8.4 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y DE LOS COMPETIDORES.**

Para desarrollar un plan estratégico razonable en una empresa existente o para un nuevo negocio es necesario comprender la industria en la cual opera la empresa como así también las fuerzas competitivas dentro de la industria. Las preguntas que debe formularse incluyen las siguientes.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



- ✚ ¿Cuál es el tamaño actual de la industria y cuáles son las tendencias más importantes?
- ✚ ¿Cuáles son las principales fuerzas competitivas?
- ✚ ¿Quiénes son los competidores y cuáles son sus fortalezas relativas?
- ✚ ¿Cómo deberá adaptarse la estrategia para responder a los cambios que se producen en la industria?

### 2.8.5. ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA.

El análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas concentra los resultados del análisis de la firma (interno), del análisis del entorno (externo) y del análisis de cartera. Un análisis FODA le permite observar las fortalezas y debilidades en el contexto de las oportunidades y amenazas.

En el análisis de la matriz FODA está implícita la meta de alcanzar la óptima combinación entre los recursos de la empresa con el entorno, a fin de lograr una ventaja competitiva sostenible mediante las siguientes acciones.

- ✚ Construir sobre las fortalezas de la empresa.
- ✚ Reducir las debilidades o adoptar una estrategia que evite las debilidades.
- ✚ Explotar las oportunidades, en especial utilizando las fortalezas de la empresa.
- ✚ Reducir la exposición a las amenazas o contrarrestarlas.

Un análisis FODA utilizado por si solo es una herramienta en bruto y bastante subjetiva. No obstante, esto es una ventaja ya que se lo puede realizar rápidamente. De cualquier manera, un análisis FODA deberá ser corto y sencillo; se deberá evitar la complejidad y el análisis excesivo, esto implica una fácil comprensión y comunicación del análisis FODA.

El análisis FODA une los resultados de la evaluación estratégica, en especial:

- ✚ El análisis de la empresa (elementos internos).
- ✚ El análisis del mercado (elementos internos y externos).

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”

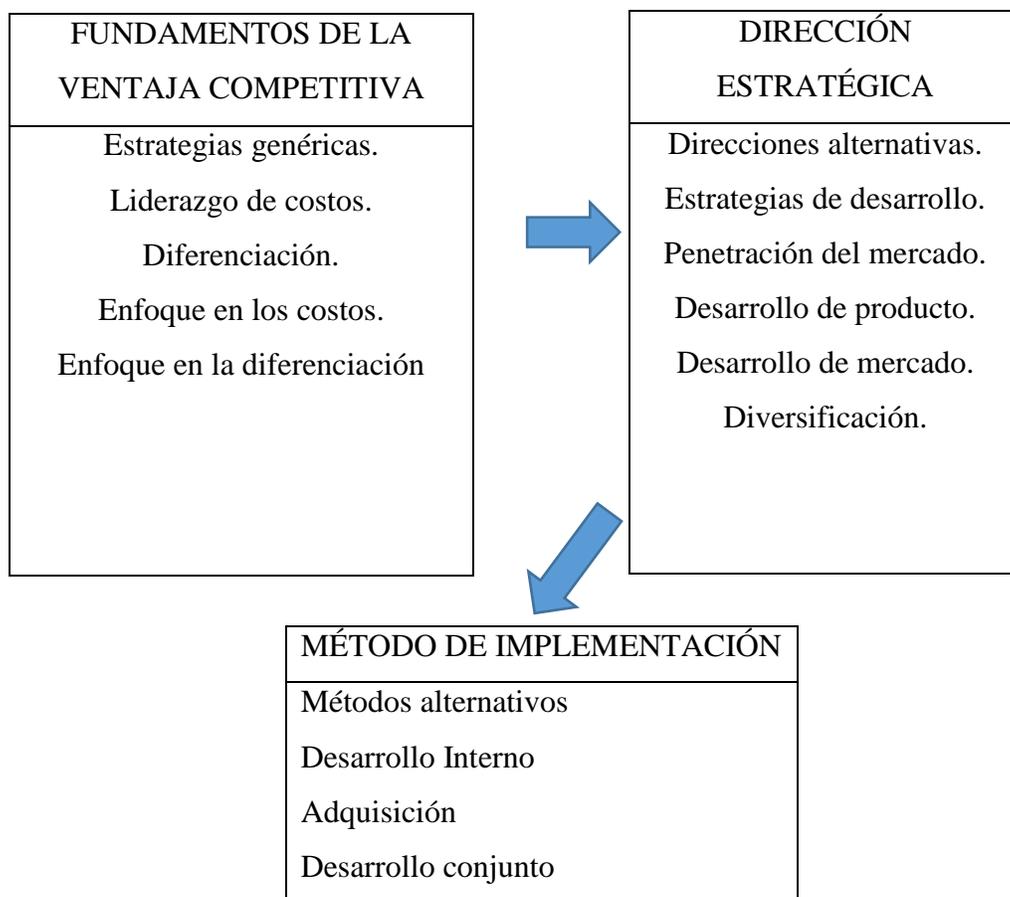


- ✚ El análisis del producto, la cartera y el análisis de matriz (elementos internos y externos).
- ✚ El análisis del entorno general (elementos externos).

### 2.8.6 GENERANDO ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS.<sup>21</sup>

El debate sobre la generación de alternativas estratégicas se aborda en tres pasos:

- ✚ La base para alcanzar una ventaja competitiva (Estrategias genéricas de Michael Porter).
- ✚ Exploración de direcciones estratégicas alternativas.
- ✚ Empleo de métodos alternativos para perseguir una dirección estratégica.



<sup>21</sup> Johnson, G. y Scholes, K. Exploring Corporate Strategy, Prentice Hall, 1989



### **2.8.7 ANÁLISIS DE MERCADO Y ESTRATEGIA**

Un aspecto central de cualquier plan estratégico de negocios es la estrategia de comercialización. A fin de desarrollar una estrategia de comercialización, se deberá analizar el mercado y los clientes potenciales. La comercialización difiere de la venta en tanto que la comercialización se centra más en el cliente que en el producto. Esto supone que debe analizarse las necesidades del cliente en vista a segmentar el mercado con esta base.

El análisis del mercado y la estrategia son una parte importante del plan de comercialización dentro del plan de negocios. El plan de comercialización incluye aspectos cualitativos como así también la cuantificación y proyección de la demanda y las ventas.

Proceso de estrategia de comercialización:

- ✚ Análisis del mercado / cliente.
- ✚ Segmentación del mercado.
- ✚ Objetivo del mercado.
- ✚ Mix comercial.
- ✚ Posicionamiento del mercado.

### **2.8.8 EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS.**

La planificación estratégica es un arte más que una ciencia. Ningún tipo de análisis identificara categóricamente que opinión estratégica se debe seleccionar, pero los análisis y las técnicas pueden ayudar en el proceso de toma de decisiones. En última instancia, la elección se basará en la experiencia y el instinto.

#### **Elementos de la evaluación estratégica.**

Cuando se consideran opciones estratégicas, se deben examinar cinco áreas cualitativas principales: consistencia, validez, viabilidad, riesgo comercial y flexibilidad. Cada alternativa estratégica debe ser examinada bajo el mismo rótulo y resulta de gran ayuda para estimar cada uno de los criterios en una escala 1-5. El análisis también se puede extender para determinar el

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



nivel de efectividad de la estrategia a corto, mediano y largo plazo. Esta técnica sencilla puede ayudar a eliminar estrategias inapropiadas en una etapa inicial.

La evaluación de opciones estratégicas también debe incluir una estimación acerca del diseño del negocio. El diseño de negocio define como la empresa genera ganancias, identifican los cuatro componentes estratégicos del diseño de un negocio: la selección del cliente, la captación de valor, el control estratégico y el alcance, concentrándose en la rentabilidad sostenible.

### 2.8.9 CUESTIONES DE FINANCIAMIENTO.

El financiamiento puede convertirse rápidamente en un tema complejo. Un plan estratégico tiene que identificar el máximo o el pico de financiamiento y por cuánto tiempo se requerirá el financiamiento antes de considerar la forma más conveniente de financiarlo.

#### TIPOS DE FINANCIAMIENTO.

Existen diferentes tipos de financiamiento, pero resulta útil hacer la distinción simple entre el financiamiento con capital propio y el financiamiento mediante deuda antes de analizar cada uno en detalle.

✚ **financiamiento mediante deuda:** La financiación mediante deuda se obtiene de varias fuentes, pero generalmente la provee un banco. La financiación mediante deuda requiere pague un cargo por interés, algunas veces denominado servicio de deuda, basada en la cantidad del préstamo que se pidió prestada y la duración del préstamo.

✚ **financiamiento con capital propio:** Los accionistas de una empresa son los que proveen la financiación con capital propio. El capital también incluye cualquier resultado acumulado no asignado de la empresa.



### **2.8.10 ANÁLISIS DE RIESGO.**

El riesgo varío según el negocio, pero las dimensiones del riesgo son similares, en la mayoría. El nivel de riesgo asociado a un negocio o a un proyecto en particular dependerá de lo siguiente.

- ✚ El valor de los recursos destinados al proyecto.
- ✚ La proporción total del de los recursos de la empresa representados por esos recursos.
- ✚ El periodo de tiempo en que los recursos estarán destinados al proyecto.
- ✚ El riesgo inherente al proyecto.
- ✚ El costo de abandonar el proyecto.
- ✚ Los costos recuperables cuando el proyecto falla.

#### **Visibilidad del riesgo.**

Se identifican muchos riesgos potenciales durante el proceso de planificación del negocio y se pueden desarrollar estrategias para mitigarlos. También existirán riesgos inesperados y la empresa deberá estar preparada para enfrentarlos cuando estos surjan. La capacidad de una empresa para lidiar con riesgos inesperados dependerá del calibre de la experiencia del gerenciamiento y de la naturaleza del evento. Un aspecto importante de la planificación de negocios es que, como resultado de haber desarrollado un plan de negocios exhaustivo, cuando ocurra un evento inesperado, los gerentes tendrán el tiempo y los recursos disponibles para solucionarlos.

Los tipos del negocio se categorizan de la siguiente forma.

- ✚ Operativos.
- ✚ Industriales.
- ✚ Financieros.
- ✚ Políticos.



### **2.8.11 IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATÉGICO.**

El plan estratégico contiene la estrategia, un gran nivel de planificación operativa y proyecciones financieras. Cuando se pasa a la etapa de implementación, hay que redactar un plan de implementación. Este consiste en un plan operativo más detallado, un plan de organización y presupuestos operativos. El plan operativo detallado incluye un plan organizativo y descripciones de trabajo, así como también manuales y procedimientos.

#### **Plan de implementación:**

- ✚ Organigrama detallado.
- ✚ Descripción detallada de puestos de trabajo.
- ✚ Manuales de procedimientos.
- ✚ Presupuesto operativo.
- ✚ Sistemas de control.

### **2.9 VENTAJAS DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.**

Ante la incertidumbre del mercado al que están expuestas las empresas actualmente, es imprescindible realizar una planificación estratégica a corto y mediano plazo que permita afrontar cualquier eventualidad dentro y fuera de la organización.

Debido a esto, la planificación toma un rol principal dentro de los procesos de la empresa, a través de la cual las organizaciones analizan el contexto, externo e interno, elaboran objetivos de acuerdo a dicho análisis, y posteriormente, diseñan estrategias y cursos de acción destinados a alcanzarlos.

Estas son las principales ventajas de la planificación estratégica dentro de la organización:

- ✚ Reduce la incertidumbre y minimiza los riesgos.
- ✚ Genera compromiso y motivación.
- ✚ Sirve a toda la empresa.
- ✚ Es factible.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



- ✚ Es flexible.
- ✚ Es permanente.

### **2.10 DESARROLLO SOSTENIBLE.**

#### **2.10.1 CONCEPTO DE DESARROLLO SOSTENIBLE.**

Se puede llamar desarrollo sostenible, aquél desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. Instintivamente una actividad sostenible es aquella que se puede conservar. Por ejemplo, cortar árboles de un bosque asegurando la repoblación es una actividad sostenible. Por contra, consumir petróleo no es sostenible con los conocimientos actuales, ya que no se conoce ningún sistema para crear petróleo a partir de la biomasa. Hoy estar al corriente que una buena parte de las actividades humanas no son sostenibles a medio y largo plazo tal y como hoy está planteado.

#### **2.10.2 CARACTERÍSTICAS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE.**

Las características que debe reunir un desarrollo para que lo podamos considerar sostenible son:

- ✚ Promueve la autosuficiencia regional
- ✚ Reconoce la importancia de la naturaleza para el bienestar humano
- ✚ Asegura que la actividad económica mejore la calidad de vida de todos, no sólo de unos pocos selectos.
- ✚ Usa los recursos eficientemente.
- ✚ Promueve el máximo de reciclaje y reutilización.
- ✚ Busca la manera de que la actividad económica mantenga o mejore el sistema ambiental.
- ✚ Pone su confianza en el desarrollo e implantación de tecnologías limpias.
- ✚ Restaura los ecosistemas dañados.

# CAPÍTULO

## III

### METODOLOGÍA Y ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE.





### **3.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

#### **3.1.1 IMPORTANCIA:**

En toda tarea que realizamos en nuestra vida cotidiana se debe de tener un orden y establecer distintas prioridades para que la actividad que nos proponemos tenga su respectivo éxito y podamos alcanzar los objetivos que nos hemos planteado desde un principio.

Es por ello que es de suma importancia el proceso y metodología de investigación y utilizar las herramientas necesarias para obtener la información que ayude al desarrollo del trabajo de investigación y resolver los problemas planteados.

### **3.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

#### **3.2.1 OBJETIVO GENERAL.**

- ✚ Diagnosticar mediante diferentes métodos de investigación cual es la situación actual del Parque Cerro Verde.

#### **3.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✚ Determinar el universo y la muestra representativa para llevar a cabo la investigación.
- ✚ Obtener información mediante el uso de la observación directa y encuesta a realizar a la muestra.
- ✚ Realizar un análisis de toda la información recolectada para poder generar acciones estratégicas que puedan ayudar a la planificación.
- ✚ Realizar un diagnóstico de la situación actual del Parque Natural Cerro Verde



### **3.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:**

En este capítulo se realiza un diagnóstico, donde se evalúan diferentes variables para lograr identificar cual es la situación actual en que se presenta el turismo del Parque Natural Cerro Verde, con el fin de recolectar la información necesaria para proponer un plan estratégico que aporte un desarrollo sostenible a este.

### **3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.4.1 INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.**

Que comprende la consulta recopilación y análisis de información detallada y relevante necesaria para el desarrollo del estudio, dicha información fue adquirida a través de libros, publicaciones, revistas y páginas web.

#### **3.4.2 INVESTIGACIÓN DE CAMPO.**

Para la realización de una investigación de campo es necesario determinar el universo de estudio, ya que permite el establecimiento de una muestra que sea representativa la cual ayuda a la consecución de los objetivos de estudio.

### **3.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

#### **3.5.1 OBSERVACIÓN DIRECTA.**

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. Es directa cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno. Es decir; que es un registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con algún esquema previsto según el problema de estudio.

#### **3.5.2 GUÍA DE OBSERVACIÓN.**

Consiste en visitar constantemente el Parque Natural Cerro Verde, para conocer de primera mano las actividades y el trabajo que ahí se realizan, con el objetivo de tener información exacta de todo lo que se desarrolla en el parque y en los alrededores.



### **3.5.3 CUESTIONARIO.**

Un cuestionario es aquel que plantea una serie de preguntas para extraer determinada información de un grupo de personas.

El cuestionario permite recolectar información y datos para su tabulación, clasificación, descripción y análisis en un estudio o investigación. En este sentido los cuestionarios pueden utilizarse como instrumentos de recolección de datos, o como herramienta de evaluación en el ámbito escolar.

Los cuestionarios permiten medir preferencias, comportamientos o tendencias, así como construir escalas que ayudan a determinar ciertas actitudes o rasgos latentes en las personas.

### **3.5.4 ENCUESTA.**

Se denomina una técnica de recolección de datos para la investigación social. Como tal una encuesta está constituida por una serie de preguntas que están dirigidas a una porción representativa de una población, y tiene como finalidad averiguar estados de opinión actitudes o comportamientos de las personas ante asuntos específicos.

La encuesta está diseñada con un cuestionario con preguntas que vienen de lo general a lo específico con preguntas abiertas, categorizadas y cerradas.

## **3.6 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA**

Para ejecutar con la debida precisión esta investigación se vuelve indispensable determinar una población o grupo a quien ira dirigido el estudio, para ello se utilizarán los términos de “universo” y “muestra”.

El universo se define como: “la totalidad de individuos o elementos de los cuales pueden representarse determinadas características susceptibles de ser estudiadas”.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población.

Para esta investigación nuestra unidad de muestreo la constituyen los visitantes que asisten al Parque Cerro Verde.

Para calcular poblaciones mayores a cien mil, se utiliza la siguiente formula:

### Formula de la muestra para un tipo de población infinita

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

#### DONDE:

n= Muestra

Z= Nivel de confianza = 1.96, es decir 95%

P= Probabilidad de éxito = 50%

Q= Probabilidad de fracaso =50%

E= Error estándar permitido = 5%

#### SUSTITUYENDO:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2}$$

n= 384.16

n= 384 personas aproximadamente.



### **3.7 ANÁLISIS DE DATOS (ver anexo 1)**

#### **3.7.1 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS (Ver anexo 2)**

##### **1. ¿Cuál es el motivo por el cual usted visita el Parque Cerro Verde?**

Según la información recolectada se obtuvo los siguientes resultados: el 81% de las personas que visitan el parque Cerro Verde lo hacen por recreación, mientras que el restante se divide en que el 9% lo visitan por negocio, ya sea porque trabajen en el Parque Cerro Verde o trabajen para alguna empresa o agencia de viajes turísticos, el 10% restante lo visitan por otros motivos entre los cuales se encuentran por razones educativas porque llegan a el parque con el objetivo de resolver alguna guía de estudio y otros visitan el parque por deporte.

##### **2. ¿Por qué medio conoce usted el Cerro Verde?**

Según la información recolectada se obtuvieron los resultados siguientes: El 57% de la muestra encuestada respondió que conoce el Parque Cerro Verde recomendación, el 33% por medio de Redes sociales; (Facebook, Instagram, twitter, etcétera.) y el restante 10% por otros medios; (Radio, Televisión, Internet, Revistas y Periódicos).

##### **3. ¿Qué es lo que más le gusta del Parque Cerro Verde?**

El resultado de esta pregunta es la siguiente: El 30% de la población que visita el parque cerro verde les gusta este lugar debido a las vistas panorámicas, el 28% de las personas encuestadas les gusta más visitar el parque Cerro Verde por el clima, el 25% le gustan las caminatas y recorridos que se realizan, el 16% visitan el Cerro Verde y les gusta más el lugar por la gastronomía y el 1% de la población mencionaron que les gusta por otros motivos entre ellos; por la naturaleza, por la flora y fauna.

##### **4. ¿Existe algo que no le guste sobre el Parque Cerro Verde?**

Como resultado de esta pregunta abierta se obtuvieron diversas opiniones y entre las más mencionadas y donde muchas personas coincidían se encuentran: El mal estado en los servicios sanitarios, La falta de agua potable, el mal estado de la carretera para acceder a el lugar, El horario único de las caminatas a los volcanes, que todo es demasiado caro.

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



### **5. ¿Qué recomendaría para mejorar los servicios del parque Cerro Verde?**

Como resultado de esta pregunta abierta se obtuvieron las opiniones siguientes: mejorar la carretera para poder llegar a el parque, programar caminatas en diferentes horarios, mejorar el estado de los juegos infantiles, poner algún sistema de captación de agua lluvia o llevar agua potable hasta el parque, poner otro tipo de juegos recreativos en el parque, mejorar las instalaciones, poner una unidad de atención médica para lesionados en las caminatas o recorridos.

### **6. ¿Recomendaría el Parque Cerro Verde a otras personas?**

El resultado de esta pregunta fue favorable ya que el 100% de las personas encuestadas mencionaron que, si recomendarían el Parque Cerro Verde, ellos mencionaban que lo recomendaban por el clima, por las caminatas, por los miradores, por ser bonito, por la naturaleza, etcétera.

### **7. ¿Considera el Parque Cerro Verde un lugar seguro?**

El resultado de esta pregunta fue la siguiente: El 95% menciona que, si considera el Parque Cerro Verde un lugar seguro porque notaron la presencia de policías en el parque y en las caminatas mientras que el 5% menciona que no porque consideran el acceso para llegar al parque demasiado solo y porque los policías los dejaron solos en el volcán.

### **8. ¿Realizaría usted algún recorrido o caminata que ofrece el Parque Cerro Verde?**

Al procesar las encuestas se obtuvieron los resultados siguientes:

El 90% de las personas encuestadas respondió que, si realizaría algún recorrido o caminata con el objetivo de poder disfrutar de lo que el centro turístico ofrece, para realizar algún deporte en las caminatas extremas, para disfrutar de las vistas panorámicas etcétera. Mientras que el 10% restante respondieron que no realizarían alguna caminata o recorrido mayormente por problemas de salud, por alguna discapacidad o porque la edad ya no les permite hacer este tipo de actividades.

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



### **9. ¿Considera importante el uso de guías locales para realizar los recorridos?**

En esta pregunta resulto que el 98% de los encuestados respondieron que si es importante y necesario el uso de los guías locales porque ellos se encargan de dar las indicaciones para poder realizar las caminatas y recorridos, ellos se encargan de llevar a las personas por los caminos más fáciles y accesibles, ellos brindan información del lugar y sus alrededores además de que los guías se encargan de realizar las evacuaciones cuando ocurre algún accidente en las caminatas y se encuentra algún lesionado; mientras que el 2% restante menciona que no considera importante el uso de guías locales por diferentes motivos uno de ellos es porque ya conocer los caminos para llegar, y porque los guías no dejan tomar rutas alternas para llegar a los distintos destinos.

### **10. ¿Volvería a visitar el parque Cerro Verde?**

Según la información recolectada el resultado a esta interrogante fue que el 100% de la muestra menciona que si volvería a visitar el Parque Cerro Verde los motivos principales por los que volverían son; las vistas panorámicas, las caminatas y recorridos, el clima, la comida típica, las artesanías etcétera.

## **3.8 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

Para el desarrollo de las estrategias se vuelve indispensable conocer como está actualmente el funcionamiento del Parque Natural Cerro Verde, incluyendo todos los factores que favorecen o desfavorecen los resultados de la cantidad de visitantes que asisten al lugar.

Es por esa razón que se realizó una investigación preliminar de observación de campo para analizar cuál es el mejor método para obtener la información que necesitamos; la cual se decidió realizar un cuestionario que mediante la determinación de la muestra se realizó a 384 personas.

Luego de la recolección se procede a la recopilación de los factores más sobresalientes que las personas visitantes nos proporcionaron mediante el cuestionario, entre ellos una cantidad significativa de ideas la cual el Parque podría implementar para mejorar la satisfacción de estos, entre las sugerencias más destacadas esta aprovechar el espacio del Parque e instalar nuevas

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



atracciones recreativas ya que hay pocas actividades a realizar dentro de este, mejorar los edificios de servicios sanitarios que se encuentran en mal estado, etcétera.

Siendo notable la falta de atención a ciertas áreas de funcionamiento tanto de recreación como de instalación es por ello que recomendamos la aplicación y puesta en marcha del “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo del Parque Natural Cerro Verde”.

### **3.9 SITUACIÓN ACTUAL DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE.**

El parque Cerro Verde se encuentra ubicado entre el departamento de Santa y Sonsonate, esta administrado por el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU); la entrada al parque tiene un costo de \$1.50 por persona nacional y \$3.00 por extranjeros, los niños menores de 6 años no pagan ni las personas de la tercera edad o con alguna discapacidad y el costo del estacionamiento es de \$1.00 para vehículo liviano y \$2.00 por transporte pesado, este parque tiene una extensión territorial de 56 manzanas las cuales se encuentran dentro de las áreas naturales protegidas del sector complejo Los Volcanes.

Este parque tiene 12 trabajadores que se encargan de dar mantenimiento a los senderos y los jardines, estos trabajadores se encargan de mantener el parque en las mejores condiciones para los visitantes.

#### **3.9.1 PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL PARQUE CERRO VERDE.**

##### **🚦 Servicio de Guías Locales.**

El grupo de guías locales fue creado en diciembre de 2012 como una iniciativa de Don Héctor Galdámez, Supervisor de Parques Recreativos del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), con el objetivo de mejorar la atención de los visitantes y para apoyar a los jóvenes de las comunicaciones cercanas para que puedan tener algunos ingresos y continuar con sus estudios.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



El grupo de guías está formado por jóvenes voluntarios capacitados en el área de interpretación ambiental, cultura turística, ecoturismo y primeros auxilios, ellos trabajan como voluntarios para la institución y desempeñan sus actividades para poder obtener una propina que esa sería su fuente de ingresos.

Actualmente existe un grupo de 25 jóvenes guías de los cuales 19 son hombres y 5 mujeres, ellos desempeñan actividades como caminatas a los volcanes de Santa Ana e Izalco, Recorridos interpretativos, mantenimiento de senderos, campaña de limpieza, conteo de aves, identificación de plantas, etc. Ellos se encargan de hacer las evacuaciones en casos de accidentes en las caminatas y alguien se lesiones.

Actualmente también ofrecen recorridos especializados como recorridos en inglés, recorridos de observación e identificación de aves, recorridos para aprender sobre orquídeas y diferentes plantas epifitas.

### 3.9.2 CAMINATAS Y RECORRIDOS.

#### Volcán de Santa Ana (Ilamatepec)

Este volcán se encuentra en la cordillera Apaneca Ilamatepec, a una altura de 2381 metros sobre el nivel del mar, el Volcán de Santa Ana es el volcán más alto de El Salvador. Su última erupción fue el 1 de octubre del año 2005, este volcán está formado por cuatro cráteres concéntricos, el cráter principal tiene aproximadamente 1.3 km de diámetro, 3 km de circunferencia y aproximadamente 300 metros de profundidad.

Su principal atractivo turístico es la laguna de color verde esmeralda que tiene en el interior y las impresionantes vistas que se tienen en sus alrededores.

Desde la cima del volcán se puede observar completamente el lago de Coatepeque, el volcán de Izalco, el volcán Ilamatepec (Cerro Verde), el volcán de San Salvador (Boquerón), cerro de Guazapa, La costa del pacifico etcétera.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



La caminata a el Volcán Ilamatepec, está clasificada como caminata extrema, esta caminata tiene un recorrido de 12 km en total iniciando desde el Cerro Verde.

El costo de esta caminata es la siguiente: por el servicio de guía local los jóvenes guías piden una colaboración sugerida de \$1.00 por persona además durante el recorrido se pasa por la estación del ministerio de medio ambiente donde ellos cobran \$3.00 por persona nacional y \$6.00 por extranjeros; los estudiantes tienen ciertos beneficios y ellos cancelan menos si son de instituciones públicas solo cancelan \$0.50 y si son de instituciones privadas ellos cancelan \$1.00.

### **Volcán de Izalco.**

Esta caminata también es una caminata extrema un poco más corta con respecto a la caminata del volcán al volcán de Santa Ana, pero mucho más difícil por el tipo de terreno, este recorrido tiene una extensión de 7,3 Km en total se inicia descendiendo un aproximado de 1500 gradas para luego iniciar el ascenso a el volcán el cual está compuesto por roca suelta y arena.

Desde la cima de este volcán se pueden apreciar bellísimos paisajes y pueblos, entre ellos se puede ver el pueblo de Juayua, Salcoatitan, San José la Majada, Izalco, Sonsonate, Etcétera... además se puede ver parte del océano pacifico por la zona del puerto de Acajutla.

### **Sendero una ventana a la naturaleza.**

Este es un recorrido interpretativo que tiene una distancia de 1.3 Km, este cuenta con 10 estaciones interpretativas entre ellas dos miradores, una hacia el volcán de Santa Ana, y otra hacia el lago de Coatepeque, este es un recorrido donde se habla de historia del Cerro Verde, Flora y Fauna etcétera.

### **Sendero de las flores misteriosas (orquídeas)**

Este recorrido corto dura aproximadamente 20 minutos, esta caminata es para conocer los diferentes tipos de orquídeas que existen en el Parque Cerro Verde, los bosques del cerro verde cuentan con un aproximado de 54 especies diferentes de orquídeas.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



### ✚ Sendero a antiguo hotel de montaña.

Este recorrido actualmente se encuentra cerrado por motivos de la reconstrucción de dicho hotel, se espera que se habilite nuevamente cuando el hotel este completamente terminado que sería a finales del año 2021.

### 3.9.3 RESTAURANTE Y GASTRONOMÍA:

#### ✚ Restaurante Los Volcanes Bistró Café.

Como proyecto del ISTU se construyó este restaurante a inicios de año 2016 y se finalizó a mediados del 2017, fue hasta finales del año 2018 que el restaurante se habilito para que visitantes nacionales y extranjeros consumieran en el lugar, este genera beneficios importantes a el ISTU ya que este ya cuenta con un restaurante de comida y café gourmet, además que genera empleo para las personas del lugar.

Este cuenta con un espacio para 60 personas, en la cual el atractivo principal es el café, este restaurante se ha especializado en vender de lo mejor del café de el Salvador, el cual también se puede encontrar en las plantaciones de café de los alrededores del Cerro Verde.

#### ✚ Chalets y otros puestos de venta.

Ya que el restaurante es un lugar donde la comida y bebida son regularmente caras, en el parque también se pueden encontrar puestos pequeños de venta, como chalets, ventas de comidas típicas (pupusas, yuca, pastelitos), ventas de frutas, atoles etcétera.

### 3.9.4 VENTA DE ARTESANÍAS:

El Parque cuenta con dos puestos bastante grandes de venta de artesanías salvadoreñas donde los visitantes pueden adquirir un recuerdo del Parque y los extranjeros pueden adquirir algún recuerdo de El Salvador.

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



### **3.9.5 CABAÑAS Y CAMPING:**

El Parque Cerro Verde cuenta con un total de seis cabañas las cuales las alquilan a visitantes que quieran pasar alguna noche en el lugar, existen dos tipos de cabañas; las personales y las familiares, las personales son para familias pequeñas máximo tres o cuatro personas y las familiares tienen capacidad hasta para ocho personas, además hay zonas destinadas para que las personas puedan acampar.

### **3.9.6 OTROS:**

El Parque Cerro Verde además cuenta con alquiler de hamacas, para las personas que quieren ir a tomar algún descanso y disfrutar de la naturaleza, también alquiler de mesas y sillas y de parrillas barbacoa para que las personas puedan cocinar en el lugar.

## **3.10 COMPETENCIA DIRECTA DEL PARQUE CERRO VERDE.**

### **3.10.1 CENTRO RECREATIVO CASA DE CRISTAL.**

El centro recreativo es administrado por una cooperativa; Asociación de trabajadores agroindustriales de San Isidro (ATAISI), se encuentra ubicado en el complejo los volcanes por las faldas del volcán de Santa Ana en la cordillera Ilamatepec.

La casa de cristal está ubicada a 1800 metros sobre el nivel del mar, enclavada en el valle de San Blas, en una planicie situada entre el Cerro Verde, El volcán de Izalco y el Volcán Ilamatepec o de Santa Ana.

Este centro recreativo cuenta con una casa amplia, que fue construida hace varias décadas por una reconocida y adinerada familia, posteriormente paso a mano de la Asociación de Trabajadores Agroindustriales de San Isidro (ATAISI), que la transformo en un atractivo hotel de campo.

En la actualidad está cómoda vivienda campestre tiene capacidad para 30 personas, cuenta con varios dormitorios, baños, dos salas para reuniones o para usos múltiples, chimenea y

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



ventanales de vidrio. Además, es poseedora de una impresionante vista panorámica hacia el volcán de Izalco.

La mayor parte de la casa está construida con madera y se encuentra amueblada. Esta dentro de un ambiente natural, rodeado de bellos jardines donde crecen hortensias, camelias, rosas, margaritas y fragantes geranios.

La casa ofrece todas las comodidades, cuenta con servicio de agua y energía eléctrica y seguridad privada.

Además de la morada, este centro de recreación ofrece a sus visitantes 14 pequeñas cabañas unifamiliares, construidas con madera de la zona y zonas libres para poder acampar.

Este centro cuenta con guías de sitio que también ofrecen sus servicios al guiar caminatas al volcán Ilamatepec o Volcán de Santa Ana.

### **3.10.2 CABAÑAS CAMPO BELLO.**

Estas cabañas se encuentran ubicadas en el complejo los volcanes, a 1800 metros sobre el nivel del mar es un lugar donde puedes encontrar cabañas tipo iglú, térmicas para resistir las temperaturas bajas de la noche, la temperatura mínima registrada es de 3°C en el año 2010.

Este complejo habitacional cuenta con impresionantes vistas a los Volcanes de Izalco, Santa Ana y Cerro Verde, además que cuando se encuentra despejado pueden ver el pueblo como Juayua, Salcoatitan, Sonsonate y El puerto de Acajutla en el Océano Pacífico.

### **3.10.3 BOSQUES DEL TIBET.**

Bosques del Tíbet es un complejo turístico habitacional, donde se pueden encontrar cabañas donde las personas pueden pasar la noche. Este complejo turístico cuenta con 10 habitaciones, Estacionamiento Gratis, Transporte al aeropuerto, Jardines, -Restaurante, Lugar de juegos etcétera.

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



Además, este también cuenta con Guías locales los cuales ofrecen su servicio hacia el volcán de Santa Ana.

De los centros turísticos mencionados anteriormente, el que más representa una competencia directa con el Parque Cerro Verde es Bosques del Tíbet, este se encuentra sobre la carretera principal justo a 2Km antes de llegar a el Parque Cerro Verde y ya que ellos también ofrecen caminatas a los volcanes son muchas las personas que prefieren quedarse en este lugar y ya no llegar hasta el Cerro Verde.

Este complejo turístico representa una amenaza para las caminatas de salen del Cerro Verde ya que este lugar por el hecho de estar más cerca del volcán es mucho más preferido por las personas.



# CAPÍTULO

## IV

FORMULACIÓN DEL PLAN  
ESTRATÉGICO ORIENTADO AL  
DESARROLLO TURÍSTICO  
SOSTENIBLE A LARGO PLAZO DEL  
PARQUE NATURAL CERRO VERDE.

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



### **4.1 ELABORACIÓN GENERAL DEL PLAN ESTRATÉGICO.**

A continuación, se presenta la propuesta y recomendación del plan estratégico que debería seguir el Parque Natural Cerro Verde para así poder lograr un desarrollo turístico sostenible en los próximos años.

El documento contiene valiosa información guiada desde los conceptos estratégicos más amplios hasta los más específicos.

Cabe mencionar que este plan estratégico se inicia con la creación de las unidades estratégicas para El Parque Natural Cerro Verde ya que este carece de estas, así se plantearía la formulación de su respectiva misión, visión, objetivos estratégicos y metas; que sirvan como guiar para la formulación de las estrategias a emplear en este plan.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



### 4.1.1 RESUMEN EJECUTIVO.

A quien interese.

La actividad turística es de suma importancia, es un factor fundamental para la economía de cualquier país, es por ello que es necesario explotarlo de manera inteligente y estratégica como una alternativa para contribuir al crecimiento económico.

En el siguiente proyecto de investigación se ha realizado un análisis de la situación actual del Parque Cerro Verde, y se considera que por medio de las redes sociales y otros medios se puede lograr una mejor publicidad para el parque, se pueden introducir una nueva gama de productos y servicios para hacer de este parque un lugar más rentable y atractivo para los visitantes.

En el Parque Natural Cerro Verde existe una diversidad de recursos naturales; como lo son los volcanes, bosque, flora, fauna entre otros. Mediante la implementación de la siguiente

propuesta se garantiza un desarrollo turístico sostenible para este parque, es por ello que este documento contiene un conjunto de acciones estratégicas necesarias tales como: Estrategias publicitarias, Estrategias de innovación y Estrategias organizativas con el propósito de alcanzar las metas y objetivos establecidos.

Con la implementación de estas estrategias planteadas se lograría hacer de este parque un lugar más rentable y de plena satisfacción para las personas que lo visitan.

Esperando despertar un interés en los lectores se suscriben los titulares del estudio.

Br. Glenda Yamilet Méndez Flores

Br. David Edenilson Ruiz Reyes

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



### **4.1.2 MARCO ESTRATÉGICO PARA EL PARQUE NATURAL CERRO VERDE.**

#### **MISIÓN.**

“Ser el Parque Nacional más atractivo de El Salvador, creando una perfecta mezcla armónica entre la naturaleza y el ecoturismo, buscando sobrepasar las expectativas de los turistas; creando un ambiente de cooperación, familiaridad y de oportunidades para todos los trabajadores.”

#### **VISIÓN.**

“lograr ser un parque reconocido a nivel regional e internacional, ofreciendo servicios turísticos de calidad y así lograr la satisfacción plena de nuestros clientes visitantes”.

#### **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.**

##### **OBJETIVO GENERAL.**

- Diseñar un plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible del Parque Natural Cerro Verde.

##### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Desarrollar un conjunto de estrategias que ayuden al desarrollo turístico del parque.
- Crear un sistema de acciones estratégicas que sirvan como lineamiento para lograr un desarrollo turístico sostenible.
- Proponer un sistema de seguimiento para las estrategias planteadas y para sus futuros cambios.



## **4.2 ANÁLISIS PEST (ver anexo 3)**

### **FACTOR POLÍTICO**

- ✚ Marco normativo a favor del desarrollo turístico local.
- ✚ Alianzas internacionales para el desarrollo turístico.
- ✚ Política para la regulación turística.

### **FACTOR ECONÓMICO:**

- ✚ Aumento en la demanda turística.
- ✚ Abundante competencia en el mercado.
- ✚ Inflación en el país.

### **FACTOR SOCIAL:**

- ✚ Tendencias en los productos y servicios turísticos.
- ✚ El mayor porcentaje de la población prefiera playas o parques acuáticos.
- ✚ Insatisfacción de la población con la prestación de servicios turísticos.

### **FACTOR TECNOLÓGICO:**

- ✚ Ampliación de los plazos de obsolescencia de los equipos.
- ✚ Avances constantes en tecnología.
- ✚ Abaratamiento de componentes tecnológicos.

## **4.3 ANÁLISIS VRIO (ver anexo 4)**

Resultados del análisis VRIO:

### **VANTAJA COMPETITIVA SOSTENIBLE.**

- ✚ Recorridos interpretativos.
- ✚ Orquideario.
- ✚ Guías capacitados.
- ✚ Flora y fauna.
- ✚ Recorridos especializados.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



### VENTAJA COMPETITIVA POR EXPLOTAR:

- ✚ Restaurante Gourmet.
- ✚ Hotel de Montaña.
- ✚ Clima.
- ✚ Senderos.
- ✚ Equipo de primeros auxilios.

### VENTAJA COMPETITIVA TEMPORAL:

- ✚ Miradores.
- ✚ Jardines.
- ✚ Caminatas.
- ✚ Capital Humano

### 4.4 ANÁLISIS FODA

#### FORTALEZAS.

- ✚ Guías locales preparados y capacitados.
- ✚ Abundancia de productos y servicios turísticos.
- ✚ Recursos naturales abundantes.
- ✚ El apoyo del gobierno por parte del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)
- ✚ Reconstrucción del hotel de montaña.
- ✚ Se realizan actividades y festivales .



### **OPORTUNIDADES**

- ✚ Caminatas en diferentes horarios.
- ✚ Crear nuevos sistemas de entretenimiento.
- ✚ Crear las unidades estratégicas.
- ✚ Aprovechar los medios de comunicación y redes sociales.
- ✚ Promover los recursos naturales en la oferta turística.
- ✚ Oportunidades de desarrollo local.

### **DEBILIDADES:**

- ✚ Falta de recurso básico como el agua.
- ✚ Los horarios fijos de las caminatas.
- ✚ Falta de recursos para el mantenimiento de las instalaciones.
- ✚ El parque no posee unidades estratégicas.
- ✚ La falta de actividades turísticas.
- ✚ La comunicación interna.



**AMENAZAS:**

- ✚ Competencia de los sitios turísticos cercanos.
- ✚ Los posibles desastres naturales.
- ✚ La mala conciencia ambiental de los visitantes.
- ✚ El mal estado de la carretera para llegar al parque.
- ✚ La competencia con productos y servicios similares.
- ✚ Mayor competencia con los guías locales.

**4.5 ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS.**

✚ **CREAR UNA UNIDAD ESTRATÉGICA DE DESARROLLO:**

Con esta estrategia se pretende crear la misión, visión y valores para el parque Cerro Verde, para ayudar a la organización y así poder tener metas y objetivos establecidos que ayuden al desarrollo del Parque.

✚ **INTRODUCIR SERVICIOS NUEVOS.**

Con esta estrategia se pretende ampliar la recreación mediante la creación de nuevos atractivos como por ejemplo los juegos de cuerdas altas, canopy área de juegos infantiles, etc. para que los visitantes que no realizan caminatas puedan tener la opción de hacer otras actividades recreativas.



**+ ADICIONAR NUEVOS PRODUCTOS.**

Esta estrategia surge a fin de que hay personas que no van completamente preparadas para una caminata es por ello se sugiere la venta de artículos que puedan ser necesarios ya que esto estará generando nuevos ingresos y logrará la completa satisfacción de los visitantes.

**+ CREAR PUBLICIDAD DEL PARQUE CERRO VERDE.**

Esta estrategia sugiere crear publicidad a través de redes sociales como Facebook, Instagram que son las redes más utilizadas por los jóvenes y adultos en la cual podrían informarse mejor del lugar o darse a conocer para crear un deseo en los visitantes y así generar una mayor visita al Parque.

**+ CREAR UN COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL.**

Esta estrategia consiste en crear un grupo o comité con personas trabajadoras del parque capaces de poder identificar las deficiencias del parque y proponer alternativas de solución para mejorar estas y así poder tener un desarrollo turístico constante.

## **4.6 ACCIONES ESTRATÉGICAS.**

### **4.6.1 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN TURÍSTICA.**

#### **OBJETIVOS**

- + Promover el turismo por medio de las redes sociales más utilizadas en la actualidad.**
- + Diseñar un catálogo de productos y servicios para darlo a conocer por medio físico y digital por redes sociales.**

La publicidad es una técnica de comunicación masiva, destinada a difundir mensajes a través de los medios con el fin de persuadir a la audiencia.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



La promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo a cerca de los productos que la empresa u organizaciones ofrecen, pretendiendo de esta manera, influir en sus actitudes y comportamientos para lo cual incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal.

### **+ PUBLICIDAD POR PLATAFORMAS DE REDES SOCIALES. (ver anexo 5)**

En la actualidad gracias a la globalización; casi todas las personas tienen acceso a internet, o acceso a un dispositivo móvil; por lo cual hoy en día casi todas las personas están pendiente de noticias, lectura, entretenimiento por medio de estos dispositivos.

Es por ello que se considera las redes sociales como una herramienta fundamental para poder llegar a las personas y así conocer lo que es tendencia y los gustos y preferencias de los clientes.

El objetivo principal de esta estrategia es dar a conocer el Parque Natural Cerro Verde a los clientes y potenciales clientes visitantes; utilizando las redes sociales las cuales actualmente son tendencia a nivel mundial; con la caída de los medios de comunicación televisiva, radial, y periódica pretendemos utilizar las redes sociales para así poder llegar a la mayor cantidad de personas no solo a nivel nacional sino también internacional.

Las redes sociales a utilizar serian principalmente como introducción a la publicidad de y promoción serian Facebook e Instagram.

### **+ Facebook.**

La red social Facebook es una plataforma donde se pueden realizar diferentes cosas que fácilmente pueden ayudar a una organización, por lo cual se pretende crear una página destinada a generar contenido que ayude a dar a conocer el Parque Natural Cerro Verde.

En esta página se pueden realizar diferentes cosas entre ellas:

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



- Realizar streaming o transmisiones en vivo.
- Crear eventos para que las personas puedan asistir.
- Subir fotografías y videos.
- Compartir información con los seguidores.
- Interactuar directamente por medio del chat.
- Vincular la página de Facebook a una página web y otras redes sociales.
- Incluir direcciones de cómo llegar a diferentes lugares y números de teléfono para poderse contactar.

### **Instagram.**

Esta red social es muy utilizada mayormente para generar contenido multimedia; en su mayoría para compartir fotografías y videos, en la actualidad esta red social es muy utilizada por diferentes organizaciones donde pueden subir fotografías de los productos que ofrecen, servicios que ofrecen entre otras cosas.

Además, esta red social es muy interactiva y fácil de utilizar donde las personas también fácilmente pueden ponerse en contacto con diferentes organizaciones para adquirir algún producto o servicio.

Es por ello que se propone la creación de una cuenta en esta red social para así poder compartir fotografías del Parque Natural Cerro Verde y todo lo que este parque ofrece; así como también tener otro medio para ponerse en contacto con los futuros clientes y poder interactuar con estos.

El objetivo principal por el cual se pretende utilizar esta red social es para así tener otro medio para llegar a más personas y así generar más interacción con los clientes y futuros clientes, además de poder estar al pendiente de los gustos y preferencias de del mercado objetivo y así poder cumplir con las expectativas de los clientes.

## **“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



### **✚ CATÁLOGO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL PARQUE NATURAL CERRO VERDE**

El diseño de este catálogo tiene como propósito dar a conocer todos los productos y servicios que el Parque Natural Cerro Verde ofrece. Haciéndolo llegar a las personas de manera digital por redes sociales o poder verlo de manera física en el Parque.



**INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO**  
**CATALOGO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL PARQUE**  
**NATURAL CERRO VERDE**



Guías Cerro Verde, El Salvador.



Cerro Verde, El Salvador

Tel: 7728-2786



**ISTRU**

INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO



GOBIERNO DE  
EL SALVADOR

## ***SENDERO UNA VENTANA A LA NATURALEZA***

Es un recorrido interpretativo de aproximadamente 1.3 kilómetros, que se realiza alrededor del cráter del Cerro Verde ya que el Cerro Verde es un Volcán extinto, cuenta con 10 estaciones interpretativas entre ellas dos miradores.



## ***SENDERO DE LAS FLORES MISTERIOSAS (ORQUIDEARIO)***

Es un recorrido de 400 metros donde se pueden encontrar diferentes tipos de plantas epifitas entre ellas una gran variedad de orquídeas, bromelias, helechos y líquenes.

## **SENDERO AL HOTEL DE MONTAÑA.**

En un recorrido para conocer las instalaciones de un antiguo hotel que se construyó en la década de los 50's, actualmente se encuentra en ruinas; aunque en proceso de reconstrucción para su posterior inauguración, este sendero posee la mejor vista al Volcán de Izalco.



## **CAMINATA AL VOLCÁN DE SANTA ANA (Ilamatepec)**

Es una caminata extrema que dura aproximadamente cuatro horas, donde se encuentran impresionantes vistas a diferentes lugares, un cráter impresionante con 3 kilómetros de circunferencia y 300 metros de profundidad; además de la laguna color esmeralda en el interior.



## ***CAMINATA AL VOLCÁN DE IZALCO.***

Es la caminata más extrema que ofrece el Parque, con una duración de aproximadamente cuatro horas, con tipo de terreno rocoso y arenoso, con un aproximado de 1500 gradas del Cerro Verde. Un volcán activo con presencia de fumarolas y cráter completamente sellado.



## ***TOURS DE OBSERVACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE AVES***

Es un recorrido especializado a realizar con guías locales expertos en el área de observación e identificación de aves de la zona. Además de observar; fotografiar e identificar por nombre común, científico y nombre inglés.



## **CABAÑAS CERRO VERDE**

Este Parque cuenta con dos tipos de cabañas, las pequeñas con capacidad máxima de cuatro personas; y las cabañas grandes con capacidad para seis personas, los alquileres de estas cabañas incluyen la entrada al Parque y el estacionamiento.



## **ALQUILERES CERRO VERDE**

- El parque ofrece alquiler de Hamacas para las personas que deseen descansar.
- Alquiler de parrillas barbacoa.
- Alquiler de mesas y sillas científico y nombre inglés.

## **RESTAURANTE BISTRO CAFÉ**

Es un restaurante Gourmet con la especialidad del café de la zona, además ofrece platillos originales de sus restaurantes, servicios de Bar Tender; además de tener una impresionante vista a los Volcanes. (Izalco e Ilamatepec).



## **ANTOJITOS CERRO VERDE**

El parque cuenta con puntos de venta a sus alrededores donde se puede encontrar platillos típicos y otros como: papa fritas, empanadas, atoles, elotes, fruta, bebidas, etc.



## **ARTESANIAS**

Se ofrecen productos elaborados a base de barro, bisutería artesanal, piezas de jade, recuerdos ilustrativos del Parque Cerro Verde, tejidos artesanales, juguetes propios del país como: capiruchos, trompos, ondillas, etc.



## **FESTIVAL DE CAFÉ Y DE JOCOTE DE CORONA**

El festival del café es una actividad que se realiza en las épocas de cosecha del café entre febrero y marzo.

Y el festival de jocote de corona se realiza en la época de cosecha de jocote entre septiembre y octubre.



## **4.6.2 INNOVACIÓN EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.**

### **OBJETIVOS**

- ✚ Identificar los productos y servicios turísticos potenciales que puedan ofrecerse en el Parque Natural Cerro Verde.
- ✚ Sugerir una nueva gama de productos y servicios turísticos para el Parque Natural Cerro Verde.

#### **4.6.2.1 PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS POTENCIALES.**

Para mejorar el servicio que se ofrece a los visitantes se ha decidido crear un listado de productos y servicios turísticos potenciales que logren hacer más atractivo y amena la visita al Parque y para incrementar las actividades posibles a realizar; ya que al momento de elegir un lugar a visitar es de gran importancia tener una amplia variedad de actividades que llamen la atención.

Actualmente en el Parque Natural Cerro Verde solamente se encuentran las caminatas en horarios ya establecidos por lo cual existe una amplia gama de posibilidades para ofrecer otro tipo de servicios que ayuden a enriquecer la oferta turística del este Parque.

A continuación, se proponen algunas alternativas de productos y servicios turísticos que se consideran de gran potencial.

#### **SERVICIO DE CAMINATAS PERSONALIZADAS.**

Este tipo de caminatas serian con el objetivo principal de ofrecer un servicio de guías más personalizado, realizando este tipo de actividades con grupos pequeños (máximo 15 personas); para así poder garantizar la satisfacción de los visitantes.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



### ✚ CAMINATAS PARA VER EL AMANECER EN LOS VOLCANES.

Este recorrido consiste en realizar las caminatas a los volcanes desde muy temprano para así poder apreciar el amanecer y de impresionantes vistas. Este sería un recorrido especializado el cual tendría un costo diferente a las caminatas programadas normalmente.



Este recorrido está dirigido a todas las personas que quieran una experiencia única y un recorrido totalmente innovador y así poder agregar otro servicio turístico al catálogo de productos y servicios.



#### Especificaciones:

- Horario de la caminata volcán de Santa Ana: 4:00am.
- Lugar de inicio: Parque Natural Cerro Verde.
- Costo: \$8.00 por persona para turistas extranjeros, \$6.00 por persona para turistas nacionales.
- Horario de la caminata al Volcán de Izalco: 4:00am
- Lugar de inicio: Parque Natural Cerro Verde.
- Costo: \$5.00 turista extranjero, \$3.00 turista nacional.

#### Recomendaciones:

- Llevar suficiente agua (mínimo 1 Litro por persona).
- Llevar linterna.
- Zapatos adecuados (zapatos deportivos, botas).
- Comida ligera. (fruta, galletas, sándwiches).

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



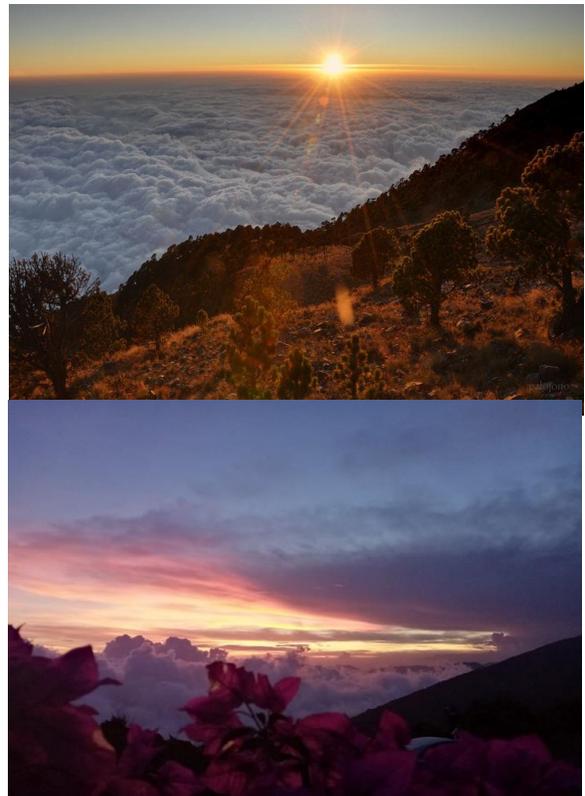
- Tirar la basura en su lugar.
- No tomar atajos.
- No manchar las rocas.
- No se permiten mascotas.
- No se permiten niños menores de 12 años para la caminata.
- No se recomienda a personas con problemas de salud (asma, presión arterial, problemas cardiacos, sobrepeso, lesiones u operaciones recientes, etcétera).

### 🌈 CAMINATA PARA VER EL ATARDECER EN LOS VOLCANES.

Se sabe que las experiencias son inolvidables, es por ello que se propone ofrecer un tipo de caminata única, como lo es ver el atardecer desde los volcanes de Santa Ana e Izalco.

Esta actividad sería una innovación de servicios con la finalidad de diversificar el programa ya establecido por el parque.

Igualmente, la oferta de este nuevo servicio proporcionado por guías está dirigido a grupos pequeños de visitantes que deseen realizar esta actividad.



#### Especificaciones:

- Horario de la caminata volcán de Santa Ana: 4:00pm.
- Lugar de inicio: Parque Natural Cerro Verde.
- Costo: \$8.00 por persona para turistas extranjeros, \$6.00 por persona para turistas nacionales.
- Horario de la caminata al Volcán de Izalco: 4:00pm

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



- Lugar de inicio: Parque Natural Cerro Verde.
- Costo: \$5.00 turista extranjero, \$3.00 turista nacional.

### ✚ DISEÑO DE UN ÁREA DE DEPORTES EXTREMOS Y CANOPY.

Debido a que los horarios de caminatas son en horas específicas, siempre queda un tiempo ocioso el cual puede ser explotado al máximo realizando una de las aventuras más extremas y divertidas como lo es el sistema de cuerdas altas y canopy, siendo un deporte bastante atractivo a todo público. Es por ello se propone la instalación de nuevos atractivos para hacer del Parque Cerro verde un lugar extremo.

Cabe mencionar que este sería un área de juego al cual se le atribuiría un costo adicional al de la entrada al Parque, equivalente a \$3 por persona y generaría más oportunidades a los guías locales ya que se encuentran capacitados para todo tipo de aventuras.



#### Recomendaciones:

- Acatar las instrucciones del guía.
- Utilizar el equipo de precaución.
- No se recomienda a personas con problemas de salud (asma, presión arterial, problemas cardiacos, sobrepeso, lesiones u operaciones recientes, etcétera).

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



### MEJORAR ÁREA DE JUEGOS INFANTILES

Actualmente el Parque cuenta con un área de juegos infantiles, pero, debido al tiempo y falta de mantenimiento se han deteriorado, por lo cual no todos se encuentran habilitados, convirtiéndose en un área poco explotada, es por ello que sería de gran importancia brindarles más atención a las instalaciones del área infantil, y a la vez poder ampliar o añadir nuevos juegos para niños.



Para ello se sugiere realizar la gestión a las diferentes instituciones que puedan ayudar donando juegos prefabricados.

### ALQUILERES DE TIENDAS DE CAMPAÑA

Para la realización de acampadas es necesario y útil el uso de una tienda de campaña y como se sabe no es un objeto muy común que todos tengamos en el hogar, tampoco es muy factible su adquisición ya que no es muy frecuente realizar este tipo de actividades. Es por ello que se convierte en una oportunidad para el Parque el poder alquilar a



los visitantes este artículo para que puedan realizar su actividad en buenas condiciones; aparte de ello se estaría generando un beneficio económico adicional. Costos de alquiler de tienda: \$5.00 Por persona, incluye entrada al parque, niños menores de 7 años no pagan.

**“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



**4.6.2.2 PRESUPUESTO GENERAL.**

<b>PRESUPUESTO INFRAESTRUCTURA FISICA CANOPY</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO USD</b>	<b>PRECIO TOTAL USD</b>
2	Dispositivo de anclaje	\$ 354,00	\$ 708,00
2	Plataforma de concreto	\$ 400,00	\$ 800,00
200m	Cable	\$ 2,75	\$ 550,00
2	Radios intercomunicadores	\$ 180,00	\$ 360,00
		<b>SUBTOTAL</b>	\$ 2.418,00
<b>PRESUPUESTO PARA LA INSTALACIÓN DEL CANOPY</b>			
Construcción plataforma de concreto			\$ 300,00
Instalación del cable de 200 m			\$ 150,00
Otros			\$ 100,00
		<b>SUBTOTAL</b>	\$ 550,00
<b>PRESUPUESTO DE EQUIPOS PERSONALES DE CANOPY</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO USD</b>	<b>PRECIO TOTAL USD</b>
6	Arnés Petzl	\$ 57,00	\$ 342,00
6	Polca Petzl	\$ 140,00	\$ 840,00
12	Mosquetón Petzl	\$ 28,00	\$ 336,00
12	Cintas Reata (1,20m)	\$ 6,00	\$ 72,00
6	Casco Petzl	\$ 72,00	\$ 432,00
12	JOKO-Y Línea de vida (60cm)	\$ 40,00	\$ 480,00
6	Guantes Petzl	\$ 35,00	\$ 210,00
		<b>SUBTOTAL</b>	\$ 2.712,00
<b>PRESUPUESTO DE CAPACITACIÓN</b>			
Manejo de equipo y ejecución de tour en canopy			\$ 300,00
Primeros auxilios			\$ 200,00
		<b>SUBTOTAL</b>	\$ 500,00
		<b>TOTAL</b>	\$ 6.180,00

**“Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”**



<b>PRESUPUESTO INSTALACIÓN DE CIRCUITO DE CUERDAS ALTAS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO USD</b>	<b>PRECIO TOTAL USD</b>
1000m	Cuerda dinámica Petzl	\$ 1,80	\$ 1.800,00
80	Troncos de Roble	\$ 8,00	\$ 640,00
6	Casco petzl	\$ 72,00	\$ 432,00
12	mosquetón petzl	\$ 28,00	\$ 336,00
12	JOKO-Y línea de vida	\$ 40,00	\$ 480,00
6	Arnés petzl	\$ 57,00	\$ 342,00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 4.030,00</b>
<b>PRESUPUESTO PARA CREACIÓN DE CIRCUITO DE CUERDAS ALTAS</b>			
	Instalación de cuerdas y anclajes		\$ 2.000,00
	Instalación de puente con troncos		\$ 400,00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 2.400,00</b>
<b>PRESUPUESTO DE CAPACITACIÓN</b>			
	manejo de equipo y ejecución del tour de cuerdas altas		\$ 300,00
	Primeros auxilios		\$ 200,00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 500,00</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.930,00</b>
<b>PRESUPUESTO TIENDAS DE CAMPAÑA CERRO VERDE</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO USD</b>	<b>PRECIO TOTAL USD</b>
6	Tiendas de campaña	\$ 95.41	\$ 572.46
24	Bolsa de dormir	\$ 19.95	\$ 478.80
24	Sabanas	\$ 3.25	\$ 78.00
10	Cama inflable	\$ 22.50	\$ 225.00
24	Linternas recargables	\$ 5.00	\$ 120.00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 146.11</b>	<b>\$1,474.26</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$14,584.26</b>



#### **4.6.3 CREACIÓN DE UN COMITÉ PARA LA GESTIÓN ESTRATÉGICA.**

El diseño de un comité es una propuesta con el principal fin de controlar las estrategias planteadas anteriormente y con el propósito de llevar estas estrategias por el mejor camino y alcanzar las metas y objetivos establecidos.

En otras palabras, este comité se encargará de llevar a cabo la administración estratégica; es aquí donde se mostrarán las funciones de cada uno de los miembros del comité.

#### **OBJETIVOS.**

- ✚ Administrar los recursos y velar por las necesidades del Parque Natural Cerro Verde.
- ✚ Gestionar las estrategias planteadas y velar que se cumplan los objetivos estratégicos.
- ✚ Monitorear el avance de las estrategias y organizar cambios o mejoras.

#### **4.6.3.1 DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA DEL COMITÉ.**

Este comité llevara una estructura organizacional jerárquicamente ordenada dependiendo completamente del administrador del Parque Cerro Verde. Es aquí donde se mostrará cómo estará compuesto este comité.

**LIDER O PRESIDENTE:** Este comité deberá tener un líder o presidente que sirva como intermediario entre los trabajadores, la administración del parque y en este caso la institución que maneja este lugar El Instituto Salvadoreño de Turismo; se haría una elección con las personas más aptas para poder dirigir este comité.

Las funciones del líder o presidente del comité serian:

- ✚ Ser intermediario entre el personal y la administración del parque.
- ✚ Administrar las redes sociales y atender de primera mano a través de estas a los visitantes o potenciales visitantes.
- ✚ Llevar la plena administración de las estrategias planteadas en este plan y ver si se cumplan las metas y objetivos establecidos.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



- + Delegar funciones a los colaboradores del comité para el fiel cumplimiento de las actividades del parque.
- + Diseñar programas o actividades de conservación que ayuden a el Parque Cerro Verde.

**VICEPRESIDENTE:** Además, el comité deberá tener un segundo representante o vicepresidente para cuando el líder o presidente del comité no se encuentre y las funciones de esta será de apoyar al líder en las funciones mencionadas anteriormente; Además este deberá de velar por las actividades de los trabajadores y ver que todo se esté haciendo de la mejor manera.

**COLABORADORES:** Estos se encargarán principalmente de colaborar en todas las actividades en que el presidente del comité o vicepresidente les deleguen; además de que en ellos caería la responsabilidad de generar contenido didáctico para las redes sociales y así lograr uno de los objetivos que es mejorar la publicidad del Parque Natural Cerro Verde.

En este comité se deberá de hacer reuniones constantemente para medir el cumplimiento de objetivos y estrategias. Así también mantener al parque en constante innovación ofreciendo nuevos productos, servicios o actividades que generen un plus para este parque.

### 4.6.3.2 PROCESO DE ELECCIÓN DE LOS MIEMBROS DEL COMITÉ.

Ya conociendo las funciones de cada uno de los miembros del comité se procederá a hacer la elección de cada uno de los miembros la cual se sugiere hacer de la siguiente manera.

Para líder o presidente Y vicepresidente todos los miembros trabajadores del parque deberán de elegir a un máximo de cinco candidatos para ser líderes del comité y anunciar con un mes de anticipación las elecciones para elegir a estos representantes; estos candidatos deberán de cumplir ciertos requisitos.

### 4.6.3.3 PERFIL DEL PRESIDENTE Y VICEPRESIDENTE DEL COMITÉ.

- + Estudios académicos Universitarios o como mínimo bachiller.
- + Conocimientos básicos de computación paquete de Microsoft Office.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



- ✚ Manejo de redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube.
- ✚ Capacidad de liderar, proactivo, responsable y creativo.

El mandato del presidente y vicepresidente, es su caso serán de dos años. Solo podrán ser revocados por decisión de los trabajadores que los hayan elegido o en caso de que ellos renuncien a su cargo.

Al cumplir los 2 años en el mandato se realizarán nuevamente las elecciones para elegir a sus líderes teniendo en cuenta que los que ya estuvieron liderando tienen la oportunidad de reelegirse si los trabajadores los vuelven a proponer como candidatos.



# CAPÍTULO

V

**CONCLUSIONES**

**Y**

**RECOMENDACIONES**



## **5.1 CONCLUSIONES**

Concluida la tesis se procede a plantear las conclusiones obtenidas de la investigación, organizadas por partes respetando los cuatro capítulos en que se ha desarrollado esta tesis.

### **CAPÍTULO I**

El turismo ha evolucionado a lo largo de la historia por la necesidad de recrearse y de desplazarse de un lugar determinado a otro; actualmente el turismo es una actividad que beneficia a la economía de cualquier país; es por ello que es de suma importancia buscar un mayor desarrollo turístico.

En las últimas décadas el turismo es de suma importancia; motivo por el cual, se necesita de una planificación estratégica adecuada para así convertir los sitios turísticos en destinos exitosos capaz de incentivar a las personas a que tomen la decisión de desplazarse para tener una experiencia única y diferente.

### **CAPÍTULO II**

El turismo es un tema bastante amplio y se clasifica de muchas formas diferentes, el turismo es actualmente una necesidad de recrearse y en donde esto se puede hacer de muchas maneras diferentes.

El Parque Cerro Verde entra en la clasificación de ecoturismo y turismo de aventura ya que este principalmente se encarga de ofrecer recorridos interpretativos en reservas naturales y caminatas extremas a los volcanes. Es por ello que es de suma importancia buscar un desarrollo turístico sostenible para este parque ya que cuenta con abundantes recursos que pueden ser explotados.

Para lograr un desarrollo turístico sostenible se considera necesario apoyarse de la planificación estratégica, por ello es necesario hacer uso de diferentes herramientas administrativas como lo son las Matriz VRIO (Valioso, Raro, Imitable y Organización); esta matriz nos ayuda a identificar los recursos y así poder ver que recursos nos brindan una ventaja

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



competitiva sostenible; También utilizar el análisis PEST (Político, Económico, Social y Tecnológico) el cual es una herramienta que ayuda a identificar los factores externos que puedan afectar al Parque y con la ayuda de los análisis anteriores poder elaborar un Análisis FODA más completo y con las variables internas y externas ya identificadas.

### CAPÍTULO III

El caso real analizado es la situación actual del Parque Natural Cerro Verde; donde, a través del proceso de investigación se identificaron los siguientes aspectos que involucran a este parque.

- ✚ El Parque carece de una unidad estratégica y de una estructura estratégica propia por lo que es necesario el diseño de éstas para el parque.
- ✚ El Parque Cerro Verde se encuentra estratégicamente ubicado entre los volcanes de Izalco y Santa Ana, los cuales son sitios altamente turísticos por lo que esto beneficia directamente al parque.
- ✚ El Parque Cerro Verde cuenta con abundantes recursos naturales y culturales, los cuales representan una ventaja para el desarrollo del ecoturismo en este lugar.
- ✚ La falta de agua potable es una desventaja que tiene este parque ya que este es uno de los recursos indispensables en cualquier lugar.
- ✚ En este parque carece de actividades u otros servicios turísticos por lo que es necesaria la introducción de nuevos productos o servicios.
- ✚ El parque Cerro Verde carece de una administración organizada y estructurada, con deficiencias en la comunicación interna por lo que es necesario hacer una estructura organizacional que guie a el parque a el fiel cumplimiento de este plan estratégico.

### CAPÍTULO IV

El plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible para el Parque Natural Cerro Verde presenta la prospectiva centrada en la visión: lograr ser un parque reconocido a nivel regional e internacional, ofreciendo servicios turísticos de calidad y así lograr la satisfacción plena de nuestros clientes visitantes.

## “Plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible a largo plazo en el Parque Natural Cerro Verde”



Situándonos en una posición estratégica en el ámbito local, como centro de desarrollo turístico recreacional, generando oportunidades de desarrollo económico y social a la población residente. En el ámbito nacional e internacional, como un destino que ofrece varios productos turísticos, capaz de generar corrientes turísticas desde todo el territorio nacional y a nivel internacional.

Este plan estratégico busca posicionar el Parque Natural Cerro Verde como un destino turístico reconocido a nivel nacional e internacional y con la introducción de estas estrategias lograr un desarrollo sostenible y mantener una ventaja competitiva con respecto a la competencia.

### 5.2 RECOMENDACIONES.

La planificación estratégica es de suma importancia para cualquier organización, esta ayuda a llevar por el mejor camino los objetivos y metas siempre guiándose por la misión y la visión. En vista de esas consideraciones se recomienda:

- ✚ Se recomienda poner en marcha este plan estratégico para tener mejores oportunidades de desarrollo y una mejor administración de los recursos que este parque tiene.
- ✚ Gestionar los fondos a las entidades respectivas para las inversiones en los productos y servicios nuevos que se adicionen al Parque.
- ✚ Llevar un control de las estrategias planteadas con herramientas como BSC o cuadro de mando integral; utilizando indicadores de desempeño para el control de estas estrategias.
- ✚ Dar a conocer este plan estratégico a todos los miembros y trabajadores del parque para que ellos conozcan los objetivos y las metas que se esperan alcanzar.
- ✚ Gestionar financiamiento externo o donaciones para el mejoramiento de los servicios en el parque.
- ✚ Continuar con los estudios relacionados con respecto a la búsqueda de un desarrollo sostenible y mantener una ventaja competitiva.



**B  
I  
B  
L  
I  
O  
G  
R  
A  
F  
Í  
A**



## LIBROS Y REVISTAS:

- 
- ✚ Acerenza, Miguel Ángel. Conceptualización, origen y evolución del turismo. Editorial Trillas. Primera edición. México 2006.
  - ✚ Amparo Sancho, Introducción al turismo, OMT primera edición. Fuente OMT (1991).
  - ✚ Renato Quezada Castro, Elementos del turismo. Editorial Universidad Estatal a distancia(EUNED), San José Costa Rica 2000.
  - ✚ Arturo Crosby, Adela Moreda, Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas Naturales, editado por el Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística (CEFAT), Madrid.
  - ✚ Marianela Armijo. Planificación Estratégica e indicadores de desempeño en el sector público. Edición Naciones Unidas. Santiago de Chile, junio de 2011.
  - ✚ Graham Friend y Stefan Zehle. Como diseñar un plan de negocios. Primera edición. Buenos Aire 2008. Colección Finanzas y Negocios.
  - ✚ Glenda de Crespín. Guía de Parques Recreativos Instituto Salvadoreño de Turismo. HYB Group. Enero 2017.
  - ✚ María de la O Mora Ranera. Planificación, programación y operación de viajes combinados, editorial Elearning S.L. España.

## DIRECCIONES WEB.

- ✚ <https://ehdt.wordpress.com/2009/06/07/evolucion-del-turismo/>
  - ✚ <https://deportofinoalafijis.wordpress.com/2012/09/22/turismo-en-la-edad-media/>
  - ✚ <https://blog.elinsignia.com/2018/07/04/turismo-en-la-edad-moderna/>
  - ✚ <https://www.unotv.com/noticias/portal/internacional/>
  - ✚ [https:// www.asamblea.gob.sv](https://www.asamblea.gob.sv)
  - ✚ <http://Tramintes.gob.sv>media>reglamentogeneraldeleydeturismo.pdf>
  - ✚ <https://definicion.de/plan/>
  - ✚ <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
-



# A N E X O S

**ANEXO 1 CUESTIONARIO.**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**FACULTD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS VISITANTES DEL PARQUE CERRO**

**VERDE**



**OBJETIVO:** conocer las opiniones de los visitantes sobre aspectos generales del Parque Cerro Verde.

**INDICACIÓN:** Marque con una “X” la respuesta que considere adecuada.

SEXO: Masculino  Femenino

EDADES: De 18 a 25 Años  Más de 25 años

1. ¿Cuál es el motivo por el cual Ud. visita el Cerro Verde?

RECREACIÓN  NEGOCIOS  OTROS

ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

2. ¿Por qué medio conoce Ud. el Cerro Verde?

RECOMENDACIÓN  REDES SOCIALES  OTROS MEDIOS

ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

3. ¿Qué es lo que más le gusta del Parque Cerro Verde?

GASTRONOMÍA  CAMINATAS Y RECORRIDOS

CLIMA  VISTAS PANORÁMICAS

ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

4. ¿Existe algo que no le guste sobre el Parque Cerro Verde?

---

---

5. ¿Qué recomendaría para mejorar los servicios del Parque Cerro Verde?

---

---

6. ¿Recomendaría el Parque Cerro Verde a otras personas?

SI  NO

PORQUE: \_\_\_\_\_

7. ¿Considera el Parque Cerro Verde un lugar seguro?

SI  NO

PORQUE: \_\_\_\_\_

8. ¿Realizaría Ud. algún recorrido o caminata que ofrece el Parque Cerro Verde?

SI  NO

PORQUE: \_\_\_\_\_

9. ¿Considera importante el uso de guías locales para realizar los recorridos?

SI  NO

PORQUE: \_\_\_\_\_

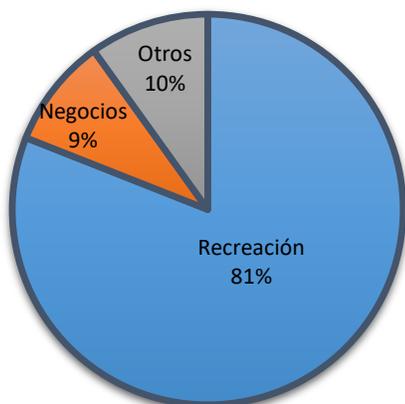
10. ¿Volvería a visitar el Parque Cerro Verde?

SI  NO

PORQUE: \_\_\_\_\_

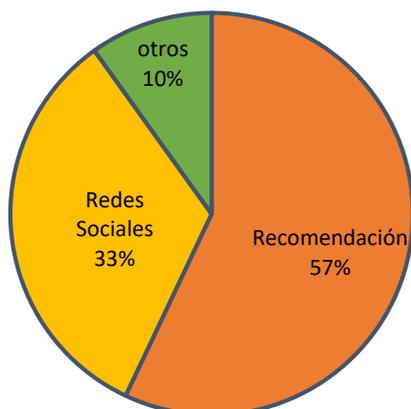
## ANEXO 2 TABULACIÓN Y GRÁFICAS.

¿Cuál es el motivo por el cual Ud. visita el Cerro Verde?



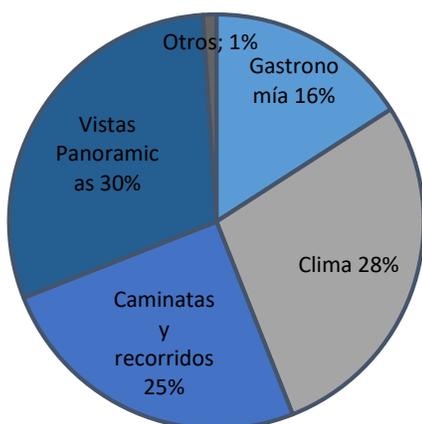
<b>Recreación</b>	<b>311</b>
<b>Negocios</b>	<b>35</b>
<b>Otros</b>	<b>38</b>

¿Porque medio conoce Ud. el Cerro Verde?



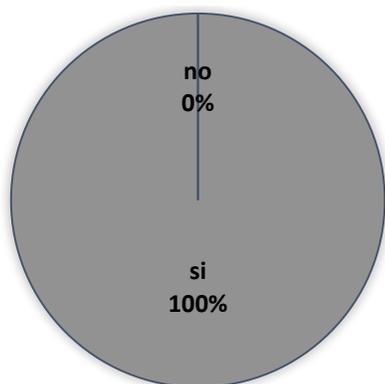
<b>Recomendación</b>	<b>219</b>
<b>Redes Sociales</b>	<b>126</b>
<b>Otros medios</b>	<b>38</b>

¿Qué es lo que más le gusta del Parque Cerro Verde?



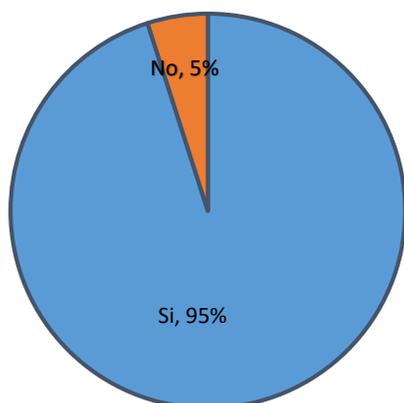
<b>Gastronomía</b>	<b>61</b>
<b>Clima</b>	<b>108</b>
<b>Caminatas y recorridos</b>	<b>96</b>
<b>Vistas panorámicas</b>	<b>115</b>
<b>Otros</b>	<b>4</b>

**¿Recomendaría el Parque Cerro Verde a otras personas?**



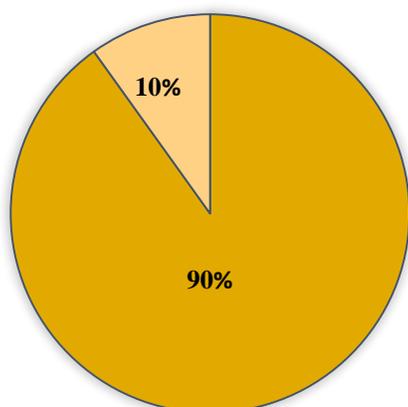
<b>Si</b>	<b>384</b>
<b>No</b>	<b>0</b>

**¿Considera el Parque Cerro Verde un lugar seguro?**



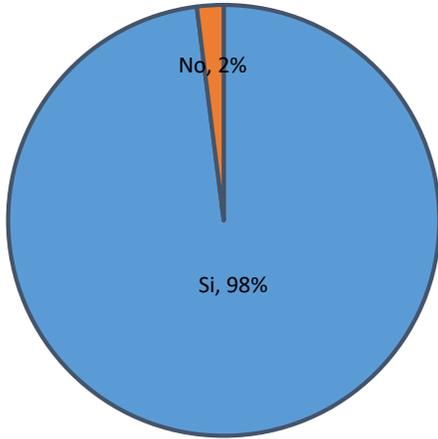
<b>Si</b>	<b>365</b>
<b>No</b>	<b>19</b>

**¿Realizaría Ud. algún recorrido o caminata que ofrece el Parque Cerro Verde?**



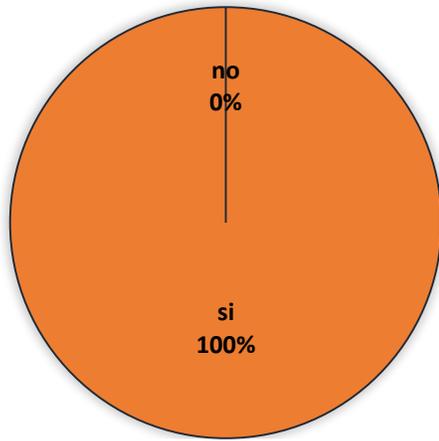
<b>Si</b>	<b>346</b>
<b>No</b>	<b>38</b>

**¿Considera importante el uso de guías locales para realizar recorridos?**



<b>Si</b>	<b>376</b>
<b>No</b>	<b>8</b>

**¿Volvería a visitar el Parque Cerro Verde?**



<b>Si</b>	<b>384</b>
<b>No</b>	<b>0</b>

**ANEXO 3 ANÁLISIS PEST**

ANÁLISIS PEST							
FACTOR	ASPECTO	TIEMPO DE IMPACTO			TIPO DE IMPACTO		
		Corto (1-2 a)	Med (3-5 a)	Largo (5+)	Positivo	Negativo	Indiferente
POLÍTICO	<b>Marco normativo a favor del desarrollo turístico local.</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		
	<b>Alianzas internacionales para el desarrollo turístico.</b>	<b>X</b>			<b>X</b>		
	<b>Política para la regulación turística.</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		
ECONÓMICO	<b>Aumento en la demanda turística</b>	<b>X</b>			<b>X</b>		
	<b>Abundante competencia en el mercado.</b>	<b>X</b>				<b>x</b>	
	<b>Inflación en el país.</b>	<b>X</b>				<b>x</b>	
SOCIAL	<b>Tendencias en los productos y servicios turísticos.</b>	<b>X</b>			<b>X</b>		
	<b>el mayor porcentaje de la población prefiere las playas o parques acuáticos.</b>	<b>X</b>				<b>x</b>	
	<b>Insatisfacción de la población con la prestación de servicios turísticos.</b>	<b>X</b>				<b>x</b>	

<b>TECNOLÓGICO</b>	<b>Ampliación de los plazos de obsolescencia de los equipos.</b>	<b>X</b>			<b>X</b>		
	<b>Avances constantes en tecnología.</b>	<b>X</b>			<b>X</b>		
	<b>Abaratamiento de componentes tecnológicos.</b>	<b>X</b>			<b>X</b>		

#### ANEXO 4 ANÁLISIS VRIO

ANÁLISIS VRIO					
RECURSOS	VALIOSO	RARO	IMITABLE	ORGANIZACIÓN	ANÁLISIS
Recorridos interpretativos	Si	si	Si	Si	Ventaja competitiva sostenible
Orquideario	Si	si	Si	Si	Ventaja competitiva sostenible
Guías capacitados	Si	si	Si	Si	Ventaja competitiva sostenible
flora y fauna	Si	si	Si	Si	Ventaja competitiva sostenible
Recorridos especializados	Si	si	Si	Si	Ventaja competitiva sostenible
Restaurante Gourmet	Si	no	Si	Si	Ventaja competitiva por explotar
Hotel de Montaña	Si	si	Si	No	Ventaja competitiva por explotar
Clima	Si	no	Si	Si	Ventaja competitiva por explotar
Senderos	Si	no	Si	Si	Ventaja competitiva por explotar
Equipo de primeros auxilios	Si	si	No	Si	Ventaja competitiva por explotar
Miradores	Si	no	No	Si	Ventaja competitiva temporal
Jardines	Si	no	No	Si	Ventaja competitiva temporal
Caminatas	Si	no	No	Si	Ventaja competitiva temporal
Capital humano	Si	no	Si	No	Ventaja competitiva temporal

**ANEXO 5 PUBLICIDAD POR PLATAFORMA DE REDES SOCIALES**



**Página**

**PÁGINA DE FACEBOOK**



Guias Cerro Verde, El Salvador  
@GuiasCV

**Recibir más mensajes**

Publicar

Foto

Evento

Promocionar

Índice de respuesta: 47%; tiempo de respuesta: 20 horas  
Responde antes para activar la insignia

Amplía tu negocio

Enviar mensaje

**2,583**  
Me gusta

Invitar a amigos a que indiquen que les gusta tu página

11 publicaciones recientes en la página



# PÁGINA DE INSTAGRAM

43 visitas al perfil en los últimos 7 días



**43**  
Publicaciones

**209**  
Seguidores

**1**  
Seguidos

**Cerro Verde El Salvador**  
Comunidad

Editar perfil

Promociones

Llamar

Historias destacadas

